## JURNAL DEWAN PERS





#### **JURNAL DEWAN PERS**

#### Pengarah:

Ninik Rahayu M. Agung Dharmajaya

#### Penanggungjawab/ Pemimpin Redaksi:

Atmaji Sapto Anggoro

#### Wakil Penanggungjawab/ Wakil Pemimpin Redaksi:

Asmono Wikan

#### **Editor:**

Winarto

#### Sekretariat

Svaefudin Deritawati Sri Lestari

#### **Desain Grafis:**

Iwhan Gimbal

© 2022 DEWAN PERS ISSN 2085-6199

#### **SEKRETARIAT DEWAN PERS**

Gedung Dewan Pers, Lt. 7-8 Jl. Kebon Sirih No. 32-34 Jakarta Pusat

Telp. (021) 3504874, 3504875, 350487477 Faks. (021) 3452030

#### Website

www.dewanpers.or.id www.presscouncil.or.id

#### E-mail

sekretariat@dewanpers.or.id

#### Twitter

@dewanpers

Edisi 25 - Juli 2023



Desain Cover: Iwhan Gimbal Illustrasi: Yudhis

(hal. 04) KATA PENGANTAR

#### Pers, Penegak Nilai-Nilai Demokrasi

**NINIK RAHAYU** 

(hal. 06) **EDITORIAL** 

#### Pers di Tahun Politik

Oleh: A SAPTO ANGGORO Penanggungjawab/Pemimpin Redaksi

#### KAJIAN UTAMA

(hal. 10)

#### Independensi dan Netralitas Pers dalam Pemilu

Oleh: STANLEY ADI PRASETYO

(hal. 18)

### Peliputan Pemilu 2024, Menguji Integritas "Sang Wasit"

Oleh: YADI HENDRIANA

(hal. 24)

#### Jurnalis dan Tarikan Politik Praktis

Oleh: TRI AGUNG KRISTANTO

(hal. 31)

#### Komodifikasi Survei Pemilu

Oleh: BESTIAN NAINGGOLAN

(hal. 43)

#### Media dalam Kepungan Survei Elektabilitas

Oleh: A SAPTO ANGGORO

(hal. 50)

#### Jurnalisme Data dalam Peliputan Pemilu 2024

Oleh: WAHYU DHYATMIKA

(hal. 54)

#### Menilik Netralitas Lembaga Penyiaran Publik dalam Pemberitaan Pemilu

Oleh: LINTANG RATRI RAHMIADJI

(hal. 66) Resensi Buku

#### Metamorfosis Putera Talawi, Calon Dokter Menjadi Tokoh Pers

Oleh: WINARTO

## Pers, Penegak Nilai-Nilai Demokrasi



# UNDANG-UNDANG Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers menegaskan peran pers sebagai penegak nilai-nilai demokrasi. Dalam logika delegasi, penerima delegasi tentulah pihak yang dinilai mumpuni, memiliki kemampuan menjalankan tugas yang didelegasikan.

Peran ini menghendaki adanya pengetahuan dan penghayatan nilai-nilai demokrasi oleh semua komponen dalam ekosistem pers. Penghayatan nilai-nilai demokrasi ini mesti mewarnai setiap geraklangkah pers dalam menjalankan fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Dengan demikian, sebagai penegak nilai-nilai demokrasi, pers hendaklah merupakan institusi yang sudah selesai dan *khatam* dengan nilai-nilai demokrasi itu.

Penyelenggaraan pemilihan umum (pemilu) merupakan salah satu perwujudan nilai-nilai demokrasi. Selain itu, esensi demokrasi juga meliputi penghormatan atas hak-hak warga negara, termasuk hak atas kebebasan berpendapat dan berekspresi. Demikian pula pelindungan terhadap hak kelompok minoritas dan terpinggirkan; pengakuan atas keberagaman; jaminan penegakan keadilan; penyelesaian perselisihan secara damai dan melembaga; dan perubahan secara damai di masyarakat. (Henry B. dalam Miriam Budiarjo, 1986).

Pemilu merupakan sarana peralihan kekuasaan yang damai dan beradab. Bahkan ada yang menyebutnya sebagai ruang perebutan kekuasaan yang dilakukan dengan cara-cara yang sah dan legal berdasarkan hukum. Sebagai sarana per-

gantian pemegang kekuasaan secara teratur, pemilu membutuhkan partisipasi aktif warga negara sebagai pihak yang sangat menentukan akan ke mana menyalurkan suara.

Oleh karena itu, agar pemilu tidak berlalu menjadi demokrasi prosedural, warga negara perlu memperoleh informasi yang cukup sehingga pemberian suara didasasrkan pada informasi yang akurat, kredibel, dan tepat. Penyelenggaraan pemilu juga perlu dipastikan berjalan dengan damai dan bermartabat, sembari menyemai dan memupuk esensi demokrasi di tengah-tengah masyarakat, sebagai investasi pembangunan bangsa ini di kemudian hari.

Di sinilah kehadiran pers dibutuhkan untuk menjalankan peran sebagai penegak nilai-nilai demokrasi. Pers hendaklah menjadi institusi yang konsisten menebarkan nilai-nilai demokrasi di masyarakat. Pers juga hendaklah tetap menjalankan perannya melakukan pengawasan atas berjalannya demokrasi di negara ini. Tetap bersikap independen dan berpihak pada kebenaran dan keadilan untuk kepentingan publik. Menyuarakan kepentingan kelompok-kelompok di masyarakat yang rentan terpinggirkan, seperti kelompok masyarakat adat, miskin, perempuan, anak, dan minoritas dari aspek suku, agama, atau seksualitas.

Sementara itu, tantangan yang dihadapi pers semakin dinamis, sehingga pers sungguh perlu melakukan inovasi dan adaptasi untuk menghadapi berbagai tantangan yang muncul, termasuk dalam konteks pemilu. Termasuk tantangan terkait afiliasi pers pada partai politik yang terhubung karena adanya hubungan kepemilikan atau relasi ekonomi dan bisnis.

Kehadiran pers dibutuhkan untuk menjalankan peran sebagai penegak nilainilai demokrasi. Pers hendaklah meniadi institusi yang konsisten menebarkan nilai-nilai demokrasi di masyarakat. Pers juga hendaklah tetap menjalankan perannya melakukan pengawasan atas berjalannya demokrasi di negara ini. Tetap bersikap independen dan berpihak pada kebenaran dan keadilan untuk kepentingan publik.

Situasi ini hendaklah menjadi evaluasi internal bagi komunitas pers sehingga situasi ketersekatan pers dalam pemilu sebelumnya tidak perlu timbul kembali ke permukaan. Langkah konkret yang perlu diawali adalah melakukan reinternalisasi nilai-nilai demokrasi di lingkungan pers, karena sebagai penegak nilai-nilai demokrasi tentu pers haruslah sudah selesai dengan dirinya sendiri.

\*) Ninik Rahayu

Ketua Dewan Pers periode 2022-2025



A SAPTO ANGGORO

Penanggungjawab / Pemimpin Redaksi

## Pers di Tahun **Politik**

PEMBACA yang budiman, setiap lima tahunan kita menghadapi pesta demokrasi yang kita kenal dengan akronim pemilu (pemilihan umum). Pemilu kali ini akan lebih semarak, karena diselenggarakan secara serentak dalam dua babak pemilihan. Pertama, pilpres (pemilihan presiden) yang bersamaan dengan pemilihan anggota legislatif (pileg) dan anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD). Kemudian babak pemilihan berikutnya adalah untuk kepala daerah, yaitu pemilihan gubernur (pilgub) dan pemilihan bupati/walikota (pilbup/ pilwali).

Ditinjau dari dimensi media, ada beberapa subjek dalam pemilu yaitu media, wartawan, dan aktor politik. Secara lembaga ada Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), Pemerintah dalam hal ini Depdagri, Dewan Pers, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), lembaga survei, dan lain-lain.

Khusus untuk media, ada banyak dimensi. Menjadi pilihan masingmasing, apakah media dan wartawan menempatkan diri sebagai subjek atau rela menjadi objek. Logikanya, kalau sebagai subjek, media menjadi aktor penting dalam mengendalikan informasi, baik sebagai pengontrol publik dengan kualitas independensinya untuk tidak terpengaruh pihak manapun dalam menjalankan agenda setting demi menghasilkan informasi mencerahkan. Atau, pers malah memilih menjadi objek, dengan menjalankan pilihan praktis, demi mendapatkan keuntungan ekonomi/finansial semata, misalnya

#### **EDITORIAL**

menyediakan diri menjadi penampung informasi, tanpa perlu memikirkan dampak yang akan ditimbulkan: kualitas pemimpin Indonesia sepanjang lima tahun mendatang.

Pilihan idealis dan praktis, memang selalu menjadi dilema. Dan, tugas pers untuk menentukan pilihan. Bila semua kembali ke etika, tentu saja selesai. Sebab, seperti diketahui, media dan pers meletakkan etika di atas segalanya. Namun, alih-alih diamalkan, kode etik jurnalistik (KEJ) sebagai pegangan etik, acapkai sekadar dihapal semata.

Sebagai *event* yang legal untuk memilih pemimpin Indonesia ke depan - baik legislatif maupun eksekutif - tentu semua sepakat bahwa pemilu mesti berkualitas. Namun demikian, untuk mencapai itu, prosesnya panjang. Untuk menentukan kualitas, dimensinya juga luas tergantung sudut pandang.

Sejumlah tulisan dalam *Jurnal*Dewan Pers edisi nomor 25 tahun 2023 ini menyampaikan beberapa dimensi yang mewarnai pers di Indonesia. Harapannya hal itu bisa menjadi acuan dan pegangan yang menambah horizon bagi kalangan pers, mengenai hal-hal mana yang semestinya bisa dioptimasi atau justru dihindari.

Dalam edisi kali ini kita bisa mendapatkan tulisan tentang bagaimana sebaiknya media atau pers secara keseluruhan, menjadi aktor penting, sebagai juri yang adil ketika kompetisi berlangsung. Bandul *agenda setting* media menjadi penting, apakah media mengungkap fakta yang sesungguhnya yang perlu disampaikan ke publik, mengingatkan mereka agar berhati-hati dengan pilihannya, sesuai dengan kebutuhan masa depan. Jangan sampai masyarakat terjebak pada pilihan sesaat yang potensial menimbulkan efek kerusakan selama sedikitnya lima tahun ke depan, misalnya hanya sekadar karena "serangan fajar" <sup>1</sup>.

Untuk itu, pers, harus berani menyampaikan fakta-fakta para kontestan dari sisi terang atau mungkin gelap. Yang pasti, dalam menyampaikan hal itu tetap berdasar asas netralitas dan independensi, tak terpengaruh oleh pihak manapun, kecuali demi kebenaran. Yadi Hendriana mengupas hal ini dan menegaskan agar pers menjalankan fungsinya sebagai juri yang bersikap adil.

Masih dalam konteks subjek dan objek dalam pemilu, beberapa ditemukenali bahwa wartawan aktif memberitakan (getol) soal elektabilitas kontestan pemilu. Lembaga survei selain jumlahnya banyak, juga cukup sering menyebarkan hasil surveinya. Dengan demikian publik seolaholah dijejali informasi soal ranking dan rating elektabilkitas semata, yang tak lebih dari sekadar fluktuasi angka-angka. Agar tampak meyakinkan, survei dibungkus dengan metodologi dan dimainkan melalui *margin error*, tapi tak dijelaskan secara benderang siapa bohir (penyandang dana) dari penelitian tersebut. Penyandang

<sup>1</sup> Istiah "serangan fajar" merujuk pada kegiatan "menyuap" para calon pemilih yang dilakukan kontestan pemilu, misalnya dengan membagi sembako dan uang; biasanya diakukan pada hari H pemilu, pada saat fajar atau dinihari, sebelum dilakukan pencoblosan.

dana, penyantun, atau sponsor finansial, adalah hal penting yang harus disampaikan terbuka sebagai bagian transparansi survei dan korelasi di dalamnya; agar publik bisa memaknai lembaga survei apakah tetap bebas nilai atau tergantung yang bayar atau dalam bahasa anak sekarang disebut "survei wani piro?".

Survei yang semula dianggap sebagai bagian penelitian untuk mencari hasil otentik, sudah dimanipulasi secara sengaja - kalau tak disebut serampangan - sebagai bagian dari kampanye untuk menggolkan calon yang disurveinya (tepatnya yang membayar surveinya). Mengenai survei ini Bastian Nainggolan dan A Sapto Anggoro membahasnya dengan tinjaun praktis, teoritis, dan komodifikasi yang memengaruhi aspek substantif.

Masih mengenai soal dimensi pers dalam hal ini wartawan, Paulus Tri Agung Kristanto mengupas banyak tentang hak dan kewajiban, serta pergulatan wartawan yang bermimikri menjadi politisi dan pejabat publik. Pembaca bisa mendapatkan semacam ensiklopedi nama-nama wartawan seperti Adam Malik, Johan Budi, Putra Nababan, Meutya Hafid, dan lain-lain yang moncer sebagai orang pers dan menjadi politisi, kemudian berhasil mendapatkan jabatan publik baik eksekutif maupun legislatif. Tidak perlu takjub, tidak perlu marah, bahwa sejatinya wartawan menjadi politisi dan pejabat publik adalah soal klasik. Ada yang meraihnya dengan cara yang sah dan halus tetap berpegang etika dan legal, ada yang secara terang-terangan berpihak

pada calon tertentu, yang kemudian beruntung mendapatkan jabatan meski mungkin dari endorsemennya. Inilah yang disimpulkan sebagai fakta bahwa adanya tarikan-tarikan politik praktis bagi jurnalis.

Meskipun saat ini media sosial semakin mendapatkan momentum, karena menjadi sarana yang efektif untuk generasi milenial, media penyiaran radio dan televisi tetap signifikan diperhatikan. Akademisi Lintang Ratri Rahmiaji akan memberikan kajian vang cukup kritis terutama dalam konteks netralitas lembaga penyiaran publik menghadapi tahun pemilu.

Pembahasan di bagian ini tentu saja seru dan harus hati-hati, karena tak bisa dipungkiri bahwa peta media-media penyiaran mainstream, pelan-pelan sudah menunjukkan kecenderungannya terhadap calon presiden dan koalisi-koalisi partai yang berkembang. Ini tak lepas dari pemilik media yang juga merangkap ketua partai, yang tentu saja lambat tapi pasti dan jelas, semakin berpotensi bias dalam tayangan beritanya. KPI sebagai lembaga penting serta Dewan Pers mendapat ujian untuk terus-menerus harus melakukan monitoring terhadap mereka. Bos MNC Grup adalah juga Ketua Partai Perindo. Juga Surya Paloh selain penguasa Metro Grup Media juga ketua partai Nasdem. Apakah media televisi lain independent dari politik, itu pertanyaan yang akan dijawab waktu dan mudah dideteksi. Bagaimana pula dengan lembaga penyiaran publik seperti TVRI dan RRI?

Pembaca juga bisa mendapatkan gambaran yang perlu diwaspadai, hati-hati, Logikanya, kalau sebagai subjek, media menjadi aktor penting dalam mengendalikan informasi, baik sebagai pengontrol publik dengan kualitas independensinya untuk tidak terpengaruh pihak manapun dalam menjalankan agenda setting demi menghasilkan informasi mencerahkan.

karena pemilu ini sangat krusial, selain faktor media tapi juga faktor pelaksanannya yang serempak. Ini dikupas habis oleh Yoseph Adi Prasetyo yang selalu khas dengan perpektif kritisnya dan skeptis pada setiap dinamika politisi, media, dan lembaga pemilu.

Yang tak kalah pentingnya adalah tulisan Wahyu Dhyatmika, yang juga sebagai aktivis *Cek Fakta*, membongkar konstruksi disinformasi-misinformasi di hajatan penting demokrasi ini. Ia membahas banyak mengenai bagaimana *tools* teknologi informasi menjadi salah satu faktor penting untuk meningkatkan kualitas pemberitaan agar semakin akurat. Ini adalah tentang jurnalisme presisi yang sekarang lebih

dikenal dengan jurnalisme data karena data yang terstruktur, terolah, teranalisis, akan semakin membuat informasi itu presisi yang mampu memberikan *insight* (pencerahan) pada pembaca.

Pembaca yang budiman, Dewan Pers sendiri dalam upaya untuk mendorong kehidupan jurnalistik semakin berkualitas, selain terus giat melakukan uji kompetensi wartawan di seluruh Indonesia, baik yang dibiayai APBN maupun mandiri, khusus di masa tahun pemilu ini juga disibukkan dengan pelatihan peliputan pemilu. Ini adalah bagian dari upaya nyata agar wartawan makin terampil melakukan liputan pemilu, tidak hanya terjebak pada info yang "receh" tapi bisa memberikan informasi yang lebih substantif.

Kami menyadari, kompleksitas persoalan pemilu, dengan potensi timbulnya beragam persoalan, menuntut kemampuan jurnalis untuk memahaminya dengan baik, agar mampu menyajikannya sebagai berita dengan jelas dan lengkap bagi publik. Wartawan juga perlu memiliki pengetahuan memadai tentang sistem politik, khususnya pemilu, dengan berbagai aspeknya.

Kami berharap diterbitkannya *Jurnal Dewan Pers* edisi nomor 25 tahun 2023 yang mengangkat tema "Pers di Tahun Politik" akan memberikan tuntunan dan wawasan bagi rekan pers dan sejawat dalam menjalankan praktik jurnalistik yang bermakna. Sehingga hari pencoblosan yang dilaksanakan tepat tanggal 14 Pebruari 2024 yang biasa dikenal hari kasih sayang, akan menjadi hari kasih suara yang damai.

## Independensi dan **Netralitas Pers** dalam Pemilu

Oleh: STANLEY ADI PRASETYO\*)



emilu 2024 mendatang adalah pemilu serentak pertama di Indonesia yang akan memilih sekaligus anggota DPR RI, DPD, DPRD tingkat I, DPRD tingkat II, serta pasangan presiden dan wakil presiden. Pemilu serentak dengan 5 (lima) kartu pemilih itu akan diselenggarakan pada bulan Februari 2024. Selang beberapa bulan kemudian, yaitu November 2024, akan dilangsungkan pemilu daerah (Pilkada) secara serentak pula yang akan memilih pasangan gubernur dan wakil gubernur, walikota dan wakil walikota, serta bupati dan wakil bupati, di seluruh Indonesia. Semua pihak, termasuk pers, perlu bersama-sama mengawal agar Pemilu 2024 bisa berlangsung secara jujur, adil, dan demokratis yang pada akhirnya dapat menghasilkan para pemimpin yang berkualitas. Sebuah pekerjaan yang tidak mudah.

Saat ini Indonesia merupakan negara demokrasi terbesar ke tiga di dunia setelah India dan Amerika Serikat. Pada 14 Februari 2024 mendatang, Indonesia akan menggelar pemilu paling rumit di dunia, baik dari sisi wilayah, geografi, maupun teknis penyelenggaraannya. Pemilu 2024 ini perlu kita jaga bersama mengingat pemilu adalah sebuah ajang perebutan kekuasaan yang dilakukan dan diatur dengan regulasi, norma dan etika sehingga sirkulasi elit atau pergantian kekuasaan yang dilakukan berlangsung secara damai dan beradab. Pemilu merupakan proses pergantian dan sirkulasi elit penguasa secara kompetitif dan legal, sebagai sarana legitimasi politik bagi pemerintahan yang akan berkuasa sehingga kebijakan dan program yang dibuat menjadi absah. Selain itu, pemilu juga merupakan ajang pendidikan politik rakyat yang langsung, terbuka, bebas, dan massal, terutama terkait dengan pemilih pemula.

Di mana peran strategis pers menjelang Pemilu 2024? Pada pasal 6 butir (c) UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers dikatakan bahwa pers nasional melaksanakan peranannya mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar. Sedangkan pada pasal 6 butir d UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers dinyatakan bahwa pers nasional melaksanakan peranannya melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum.1

Namun peran pers yang paling utama tercantum dalam Pasal 6 Butir (e) UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, yaitu pers nasional memperjuangkan keadilan dan

kebenaran. Dalam Pemilu 2024, pers Indonesia harus bisa menjadi wasit yang adil, menjadi inspektur pengawas yang teliti dan seksama, dan bukan justru sebaliknya, menjadi "pemain" yang menyalahgunakan ketergantungan informasi masyarakat terhadap pers.

#### Perlunya Keterlibatan Masyarakat

Kiranya semua orang tahu bahwa setiap kali menjelang pemilu, rakyat selalu dimobilisasi oleh partai-partai, para calon legislatif dan kepala daerah, untuk memberikan dukungan kepada partai dan pasangan calon kepala daerah dengan berbagai janji dan program. Acapkali pemilu di Indonesia juga diwarnai dengan adanya kultus individu atau saling perang pembunuhan karakter. Rakyat sebenarnya sama sekali tak terlibat dalam proses politik. Koalisi bukan tak mungkin lebih merupakan hasil kompromi sebuah oligarki partai dan tim sukses para capres dan calon kepala daerah.

Bukan tak mungkin, di tengah hirukpikuk suasana pemilihan umum, banyak anggota masyarakat apatis dan tak memiliki harapan lagi kepada pemimpin manapun yang bakal terpilih. Koran, media siber, radio dan televisi mungkin saja marak memberitakan jalannya kampanye, tiras dan rating mungkin akan naik, iklan kampanye akan memperkaya perusahan media; namun pada hari-H pencoblosan orang akan dihadapkan pada suasana hati yang kosong melompong. Mereka akan bersikap tidak peduli dan lebih suka berkata, "terserah".

Lihat Undang-Undang No 40 tahun 1999 tentang Pers.

Jangan kaget, dari berbagai pemilu dan pilkada yang ada di masa lalu, data menunjukkan adanya *trend* peningkatan kelompok "golput" yaitu orang-orang yang memilih untuk tidak memilih.

Media secara tak langsung bertanggungjawab atas kemunduran kualitas demokrasi dalam beberapa periode waktu terakhir. Selama ini media lebih banyak memberi tempat untuk para elit politik. Namun media kurang kritis dalam menyoal regresi demokrasi Indonesia yang serius sebagai dampak atas terjadinya pelemahan lembaga-lembaga demokrasi produk reformasi oleh kekuatan politik yang korup.

Media lebih sering memunculkan populisme politik dengan para tokohnya. Padahal kenyataannya, politik populis tak lagi berakar pada gagasan rakyat. Gerakan politik menjadi dukungan massa atas dasar personifikasi dan pesona sesaat tokoh populis reformis dan populis teknokratis, yang sesungguhnya miskin akan komitmen. Demokrasi direduksi menjadi sekadar pandangan partai-partai arus utama yang lebih mirip dengan demokrasi elit. Terjadi kooptasi terhadap kelompok-kelompok kritis.

Dalam konteks demikian, pers seharusnya lebih berperan memberikan pendidikan politik kepada masyarakat, terutama para pemilih pemula, tentang bagaimana menggunakan hak-hak demokrasinya. Wartawan seharusnya mengangkat suara pemilih tentang apa yang mereka butuhkan dan inginkan, memberitakan perkembangan kampanye pemilu, menyediakan informasi menyangkut *platform* bagi partai politik dan kandidat sekaligus rekam jejaknya, memberi kesempatan kepada setiap partai

politik untuk berdebat satu sama lain, dan memonitor penghitungan suara dan melaporkan hasilnya. Selain itu juga ikut mengawasi, meneliti, dan mengevaluasi secara cermat apakah proses Pemilu yang terjadi telah berlangsung sesuai prinsip fairness dan kejujuran.

#### Jurnalisme 'Pacuan Kuda'

Dalam setiap menjelang pemilu media umumnya membuat pemberitaan yang mengarah pada 'jurnalisme pacuan kuda', yaitu hanya menonjolkan hasil survei elektabilitas para kandidat dari sejumlah lembaga survei, persaingan antarcapres/ kandidat kepala daerah, persaingan antarpartai, atau persaingan antarcaleg. Media lebih cenderung menampilkan saling salip antar-peserta Pemilu (orang maupun partai) untuk memenangkan pemilihan. Di masa lalu, media juga menyajikan pemberitaan Pemilu yang didominasi kiprah partaipartai besar. Partai-partai kecil bukan hanya sekadar dilupakan, tapi malah diabaikan sama sekali. Pada pacsa-pencoblosan, berita akan berfokus pada hasil quick qount dengan analisis sejumlah pengamat politik. Sebuah ritus yang selalu berulang. Betapa membosankannya.

Gaya liputan pemilu konvensional dengan pendekatan elitis seperti itu barangkali perlu ditinggalkan. Media dan wartawan perlu mengubah mindset dan melihat bahwa dalam proses pemilu, pemilih adalah subyek bukan obyek. Untuk itu perlu fokus bukan hanya pada apa yang para caleg atau kandidat katakan, tapi terutama pada apa yang para pemilih dan masyarakat inginkan dan butuhkan. Terutama kelompok yang selama ini tidak bisa bersuara.

Semestinya media dan para wartawan tak lagi memberikan corong kepada partai-partai dan juga para kandidat. Corong mikrofon dan sorotan kamera harusnya diarahkan kepada kaum muda,2 kaum perempuan, kelompok minoritas (baik etnis, agama/kepercayaan, adat, dan minoritas seksual), pekerja migran, korban pelanggaran HAM, masyarakat adat tertinggal, pekerja migran, kelompok penyandang disabilitas, dan orang-orang yang selama ini berada pada posisi marginal. Media dan wartawan harus mampu menangkap keinginan, aspirasi, dan mimpi mereka tentang Indonesia masa depan. Dari hal itulah media dan juga publik bisa merekonstruksi kriteria dan sosok calon pemimpin yang ideal dan program seperti yang diperlukan untuk membangun Indonesia yang lebih baik.

#### Media dan Wartawan Harus Independen

Media berkewajiban memahami tugas utamanya agar dapat berperan maksimal dalam mendorong pemilu yang bebas, jujur, dan adil. Dalam hal ini tentu dibutuhkan jurnalis yang memiliki pemahaman atas semua hal yang terkait dengan proses dan tahapan pemilu. Media juga perlu memiliki

Media berkewajiban memahami tugas utamanya agar dapat berperan maksimal dalam mendorong pemilu yang bebas, jujur, dan adil. Dalam hal ini tentu dibutuhkan jurnalis yang memiliki pemahaman atas semua hal yang terkait dengan proses dan tahapan pemilu.

perencanaan atau agenda yang jelas dalam peliputan pemilu karena tugas media bukan hanya menyukseskan pemilu agar dapat berlangsung aman, jujur dan adil dengan partisipasi yang tinggi, tapi juga bisa mendorong terpilihnya pemimpin yang berkualitas dan mumpuni untuk memimpin pemerintahan selama 5 tahun.

Idealnya media dan wartawan harus independen, karena sikap independen adalah modal utama dan jaminan bagi sebuah pemberitaan yang obyektif. Independen sendiri adalah keadaan yang tidak bergantung kepada orang lain, atau keadaan merdeka dan tidak di bawah kekuasaan atau pengaruh pihak lain. Dengan demikian jurnalis independen adalah jurnalis yang mandiri, merdeka dan tak bergantung kepada pihak mana pun. Ia punya sikap man-

Sejak 2022 masyarakat Indonesia memasuki bonus demografi, di mana kelompok orang yang berada pada "usia produktif" akan mencapai jumlah 70% dari seluruh pendiduk Indonesia. Bonus demografi yang akan berakhir pada 2033 ini merupakan sebuah peluang untuk membuat lonjakan pembangunan seperti halnya yang pernah terjadi pada beberapa negara lain. Bila bonus demografi ini tidak dikelola dan dimanfaatkan dengan baik, bukan tak mungkin yang muncul justru bencana demografi di mana penduduk akan didominasi oleh orangorang berusia lanjut.

diri untuk mempertahankan prinsip kebenaran.

Dalam pemilu, institusi media dan wartawan dituntut mampu bersikap independen, tidak memihak, berimbang dalam melakukan reportase pemilu. Pemihakan terhadap partai politik dan kandidat hanya boleh dilakukan dalam tulisan editorial atau opini. Impartialitas media dalam peliputan pemilu menjadi kompleks bila pemilih, pimpinan media, atau jurnalis media bersangkutan menjadi kandidat atau pendukung partai politik atau kandidat tertentu.

Independensi bagi wartawan bukan hal yang mudah. Sejumlah wartawan secara nyata menghadapi berbagai persoalan eksistensi diri akibat beberapa pemilik media menjadi pemimpin partai. Bahkan dalam Pilpres 2014 beberapa di antaranya pernah ikut mencalonkan diri sebagai salah satu calon pasangan caprescawapres.<sup>3</sup> Media dan wartawan semestinya dapat berperan dalam mengembangkan partisipasi publik dalam pemilu, bukannya malah ikut memperebutkan suara publik untuk mendukung perolehan kursi bagi diri sendiri atau orientasi politik pemilik media tempat ia bekerja. Bagi produk jurnalisme independensi jelas adalah prasyarat. Oleh sebab itu media harus independen untuk menjamin wartawannya independen. Sebaliknya, media independen hanya bisa terwujud apabila wartawannya independen.

Pengertian tentang wartawan inde-

penden sendiri adalah keadaan di mana seorang wartawan dapat bersikap mandiri, merdeka dan tak bergantung kepada pihak mana pun. Ia punya sikap mandiri untuk mempertahankan prinsip kebenaran. Dalam hal ini independensi adalah independen dalam hal pikiran, dari kelas atau status ekonomi dan independensi dari bias ras, etnis, agama, dan gender. Seorang wartawan dalam menulis berita harus melepaskan semua yang ada pada dirinya dan melaporkan atau menunjukkan fakta apa adanya, tanpa takut pada sebuah kelompok. Kovach dan Rosenstiel (Kovach, 2001:123) menempatkan independensi sebagai prinsip atau elemen keempat jurnalisme. Independensi bagi wartawan berada pada semangat dan pikirannya.

Ukuran independensi dilihat dari kredibilitas. Kredibilitas kerja wartawan berakar pada akurasi, verifikasi dan kepentingan publik yang lebih besar dan hasrat untuk menyampaikan informasi. Bersikap independen bukan berarti netral atau berimbang. Berimbang maupun tidak berat sebelah (fairness) adalah sebuah metode, bukan tujuan. Keseimbangan bisa menimbulkan distorsi bila dianggap sebagai tujuan. Kebenaran bisa kabur di tengah liputan yang berimbang. Fairness juga bisa disalah-mengerti bila dianggap sebagai tujuan.

Kunci independensi bagi jurnalis adalah setia pada kebenaran. Kesetiaan inilah yang membedakan wartawan dengan juru penerangan atau juru propaganda. Independensi ini juga yang harus dijunjung tinggi di atas identitas lain seorang wartawan. Wartawan bisa saja menjadi penasihat bayangan, penulis pidato atau

Terkait dengan media pers, dalam pengalaman pasca-reformasi 1998, pemilik partai pada mulanya hanya mendirikan perusahaan pers. Setelah perusahaan persnya mapan si pemilik membuat partai. Hal ini tentu saja membuat kikuk posisi wartawan yang bekerja di media-media yang pemiliknya mendirikan partai. Apalagi ketika ada pemilik yang meminta beberapa wartawan senior untuk bergabung menjadi pengurus partai. Sejak reformasi belum ada pimpinan partai yang membuat perusahaan pers.



(Dari kiri) Ketua Bawaslu, Rahmat Bagja; anggota Dewan Pers, Totok Suryanto; Kepala Divisi Humas Polri, Sandi Nugroho; Kepala Bagian Antar Lembaga Komisi Pemilihan Umum (KPU), Dohardo Pakpahan; Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), Aliyah, menjadi narasumber pada diskusi Media dan Aturan Pemberitaan Kampanye Pemilu yang digelar di Hall Dewan Pers, Jakarta, Rabu (9/8). (Foto: Dewan Pers)

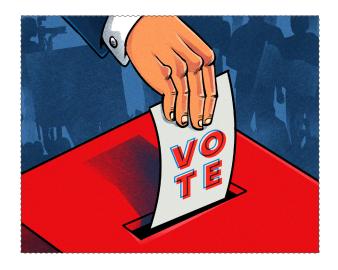
menerima uang dari mereka yang ditulis beritanya. Namun adalah sebuah arogansi dan mungkin naif serta khayali, bahwa hal ini tidak berpengaruh pada pekerjaannya sebagai wartawan (Kovach, 2001:123).

Independensi mensyaratkan tiga hal, yaitu obyektif (bebas dari benturan kepentingan), tidak membiarkan terjadinya salah saji material (material misstatement),

serta jujur dan adil (fairness) tanpa dipengaruhi tekanan atau permintaan pihak tertentu atau kepentingan pribadi

Para wartawan dalam menjalankan profesinya terikat pada kode etik jurnalistik (KEJ). Norma KEJ menyebutkan tentang independensi, akurasi berita, keberimbangan, itikad baik, informasi teruji, pembedaan fakta dan opini, asas praduga tak bersalah, pembelaan terhadap kaum tak bersuara (voiceless), perlindungan terhadap narasumber dan orang-orang yang berisiko.4

Pasal 1 KEJ menyatakan, "wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk". Pada bagian penafsiran diujaleskan bahwa independen adalah memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers. Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi. Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara. Sedangkan tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain.



Pilihan bagi wartawan yang maju menjadi caleg adalah non-aktif. Pilihan yang paling lunak bagi jurnalis yang ikut dalam kompetisi pemilu adalah mengundurkan diri untuk sementara waktu dari profesinya sebagai jurnalis atau non-aktif. Namun pilihan yang paling baik adalah mengundurkan diri secara permanen. Aturan main yang lebih tegas berkaitan dengan jurnalis yang mencalonkan diri sebagai caleg adalah mengundurkan diri secara permanen dari profesi jurnalistiknya.

Namun wartawan perlu selalu mengingat bahwa tugas utama jurnalistik adalah mengungkapkan kebenaran. Kebenaran dalam jurnalistik sendiri bukanlah kebenaran yang bersifat mutlak tetapi kebenaran yang bersifat fungsional, yakni kebenaran yang diyakini pada saat itu dan terbuka untuk koreksi.

Setiap wartawan juga berkewajiban menjaga profesionalitas mereka. Komitmen utama jurnalisme adalah pada kepentingan publik. Kepentingan pribadi, kelompok, atau kepentingan pemilik media harus selalu ditempatkan di bawah kepentingan publik. Wartawan harus cermat dalam mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi, menjaga keberimbangan dan independensinya.

#### Bebas dari Perselingkuhan **Politik**

Dalam pekerjaaannya, jurnalis harus terbebas dari intervensi atau pengaruh pihak lain, khususnya terkait kepentingan kekuasaan dan uang. Setiap wartawan harus menolak adanya perselingkuhan antara media atau wartawan dengan politisi yang melibatkan uang dan mengorbankan kejujuran. Independensi tidak sama artinya dengan tidak memihak. Pemihakan seorang wartawan bukanlah pada orang atau kelompok, tetapi pada kebenaran, keadilan, dan perdamaian.

Ketika seseorang memilih bekerja menjadi wartawan, sesungguhnya ia secara total memilih untuk menyerahkan diri guna mengabdi pada kepentingan masyarakat. Pekerjaan seorang wartawan menuntut se-

tiap saat dirinya berada di suatu tempat, kapan dan di mana saja. Dengan berpegangan pada segi teknis tentang penyusunan berita, seorang wartawan harus bergulat dengan beberapa segi lain yang melibatkan tanggung jawab sosial dan integritas intelektualnya.

Sebagaimana disampaikan di depan bahwa impartialitas media dalam peliputan pemilu menjadi rumit bila pemilih, pimpinan media, atau jurnalis media bersangkutan menjadi kandidat atau pendukung partai politik atau kandidat tetentu. Apabila media bersangkutan tidak secara eksplisit menyatakan diri sebagai media partai politik atau kandidat tertentu, secara ruang redaksi harus dibersihkan dari kepentingan politik pemilik atau pemimpin media. Untuk menghindari intervensi kepentingan politik dari pemilik media, bila perlu dibuat kesepakatan antara pemilik dan redaksi untuk menjaga independensi editorial. Pemimpin redaksi dan jurnalis yang terlibat dalam kegiatan politik selama pemilu seharusnya dinonaktifkan dari aktivitas jurnalistik. Pandangan yang lebih radikal bahkan menuntut setiap jurnalis yang ikut berkompetisi sebagai kandidat dalam pemilu harus mengundurkan diri dari profesinya secara permanen

Pilihan bagi wartawan yang maju menjadi caleg adalah non-aktif. Pilihan yang paling lunak bagi jurnalis yang ikut dalam kompetisi pemilu adalah mengundurkan diri untuk sementara waktu dari profesinya sebagai jurnalis atau non-aktif. Namun pilihan yang paling baik adalah mengun-

durkan diri secara permanen.<sup>5</sup> Aturan main yang lebih tegas berkaitan dengan jurnalis yang mencalonkan diri sebagai caleg adalah mengundurkan diri secara permanen dari profesi jurnalistiknya.

Hal ini dikarenakan dengan menjadi caleg ia berjuang untuk kepentingan politik pribadi atau golongannya. Padahal tugas utama jurnalis adalah mengabdi pada kebenaran dan kepentingan publik. Karena itu, ketika jurnalis memutuskan menjadi caleg, ia kehilangan legitimasinya untuk kembali pada profesi jurnalistik.

\*) Stanley Adi Prasetyo adalah anggota Dewan Pers dua periode, yaitu periode 2013-2016 (sebagai anggota), dan periode 2016-2019 (sebagai Ketua). Sebelumnya pernah menjadi Komisioner Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM) dengan jabatan Waki Ketua, periode 2007-2012. Sejak mahasiswa aktif terlibat dalam berbagai gerakan terkait hak asasi manusia dan demokrasi. Alumnus Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW), Salatiga, Jawa Tengah, ini tercatat sebagai salah satu pendiri AJI (Aliansi Jurnalis Independen) dan PBHI.

Dewan Pers pernah beberapa kali mengualrkan seruan dan edaran terkait hal ini. Antara lain Surat Edaran Dewan Pers No. E-DP/II/2014 tentang Pilihan Non-Aktif Atau Mengundurkan Diri Bagi Wartawan Yang Memutuskan Menjadi Caleg, Calon DPD, atau Tim Sukses; Seruan Dewan Pers No. 01/Seruan-DP/X/2015 Tentang Posisi Media dan Imparsialitas Wartawan Dalam Pilkada 2015; dan Surat Edaran Dewan Pers No. 02/SE-DP/VIII/2018 tentang Posisi Media dan Imparsialitas Wartawan Dalam Pemilu 2019 yang mengimbau agar wartawan yang maju menjadi caleg atau menjadi tim sukses segera non-aktif atau mengundurkan diri dari pekerjaannya.

## Peliputan Pemilu 2024, Menguji Integritas "Sang Wasit"

Oleh: YADI HENDRIANA \*)



ekitar pertengahan April 2023 lalu, saya ditelepon seorang teman yang menyampaikan beberapa keluh kesah dan keprihatinannya. "Kang, saya prihatin sekali kok mulai banyak jurnalis aktif yang terang-terangan terjun menjadi calon legislatif dan menggunakan media untuk kepentingan dirinya sendiri," ungkapnya. Dia juga mempertanyakan, mengapa Dewan Pers terlihat pasif dan tidak menyampaikan imbauan terkait jurnalis yang terjun ke dunia politik. Tentu, ini pertanyaan yang wajar, mewakili kegelisahan publik yang juga memiliki concern yang sama. Berbagai pesan WhatsApp dengan keluhan yang kurang lebih sama juga

saya terima, bahkan ada yang menyertakan sejumlah foto promosi calon anggota legislatif, untuk memperkuat argumen pertanyaan dan kegelisahannya.

Saya sempat menghadiri sejumlah acara seminar dan diskusi yang khusus membahas kebebasan pers, etika dan pemilu. Dalam sebuah acara di LBH Jakarta, saya sampaikan bahwa posisi pers sudah jelas yakni sebagai wasit yang profesional dalam setiap kontestasi politik. Artinya, seorang jurnalis tidak boleh partisan atau masuk dalam partai politik termasuk menjadi calon legislatif atau menjadi peserta pemilu. Namun demikian, kita harus menghargai bahwa setiap warga negara dijamin hak politiknya oleh undang-undang. Sebagai warga negara, bagi seorang jurnalis tidak ada larangan untuk ikut dalam kontestasi politik. Namun, ketika seorang jurnalis menjadi peserta pemilu, dia tidak bisa lagi menjadi wasit yang profesional. Pilihannya, dia harus non aktif atau mengundurkan diri dari pekerjaannya sebagai jurnalis. Dalam Surat Edaran yang dikeluarkan pada Desember 2022 lalu Dewan Pers telah meyampaikan imbauan ini.

Kita sama sama paham, untuk menjalankan fungsinya sebagai pilar ke-empat, (fourth estate) demokrasi, pers punya kewajiban menjaga iklim demokrasi dan mendukung terselenggaranya pemilu yang sehat dan berlangsung secara fair. Pers punya peran penting dalam mewujudkan pemilu yang bebas, rahasia, jujur dan adil. Pers punya tanggungjawab menjaga "kewarasan" publik agar tidak salah dalam memilih pemimpin, dengan mengeluakan produk-produk jurnalistik yang dapat dipertanggungjawabkan, akurat dan menjadi rujukan bagi publik dalam memilih wakil wakilnya di parlemen, juga memilih presiden/wakil presiden dan kepala daerah.

Dewan Pers sesuai dengan wewenang yang diberikan undang-undang, memiliki tugas menjaga kemerdekaan pers dan memastikan kode etik profesi dijalankan dengan baik. Undang Undang nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, pasal 15 ayat 2 poin (a), menyatakan bahwa fungsi Dewan Pers yaitu "Melindungi kemerdekaan pers dari campur tangan pihak lain". Sedangkan pasal 6 poin (b) menyebutkan salah satu peran pers nasional yakni "Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebhinekaan."

Bagaimana dalam menjalankan profesinya? Kode Etik Jurnalistik pasal 1 menegaskan; "Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk". Penafsirannya: independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan. Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif peristiwa yang terjadi. Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara, dan tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain.

Nah, jika dikaitkan dengan pemilu, tentu seluruh norma yang tertulis terkait pers ini sejalan dengan peran pers dalam proses demokrasi di Indonesia. Pers memiliki kewajiban untuk menjaga iklim demokrasi

dan mendukung terselenggaranya pemilu yang sehat dan berlangsung secara fair. Pers juga memiliki peran penting dalam mewujudkan pemilu yang bebas, rahasia, jujur dan adil. Peran ini menjadi sangat signifikan dan relevan mengingat banyaknya berita hoaks di berbagai platform media sosial dan berkembangnya aktivitas buzzer yang jauh di luar etika.

Dalam menjalankan profesinya, pers juga harus menjadi wasit yang profesional dan adil, menjunjung tinggi nilai-nilai moral, integritas dan tanggungjawab sesuai dengan kode etik dan harus mampu menjaga "kewarasan" publik supaya tidak salah dalam menentukan calon-calon pemimpinnya.

Tentu, kita tidak mau kembali ke kondisi pers seperti pada pemilu tahun 2019, di saat proses demokrasi sedang berlangsung pers justru "terperosok" ke dalam intrik politik, "terjerembab" ke dalam kubangan kepentingan politik dan jauh dari sikap menjaga etik serta mengawal proses demokrasi yang bersih dan fair. Dikendalikannya pers oleh kepentingan politik adalah mimpi buruk bagi proses demokrasi dan kemandirian pers. Masyarakat pers harus melupakan peristiwa 2019 dan bekerja keras mengembalikan "marwah" pers sebagai penjaga kepentingan publik, menjadi pengumpul puzzle informasi untuk dirangkai menjadi untaian narasi yang objektif, akurat dan berdampak positif bagi kedewasaan demokrasi dan sistem politik. Pers jangan terbelah, tapi pers tegak lurus dalam alur proses yang benar.

Memang, luka di 2019 belum sepenuhnya sembuh tapi kita harus tetap optimis untuk mengembalikan supremasi pers dalam keranjang etika yang tegak lurus untuk kepentingan publik. Kini saya mengajak Anda untuk melihat potret pers pasca 2019, melalui kasus kasus pers yang masuk dan ditangani Komisi Pengaduan dan Penegakan Etika Pers, Dewan Pers.

#### Pengaduan Masyarakat ke **Dewan Pers**

Mari kita bedah kasus pers yang masuk ke Dewan Pers dalam enam bulan terakhir. Selama bulan Januari-Juni 2023 tercatat sebanyak 434 kasus pers yang masuk dan ditangani melalui proses mediasi di Dewan Pers. Dari jumlah itu, 322 kasus pers elesai ditangani (sisanya dalam proses). Kasuskasus yang diadukan menyangkut pers di berbagai daerah. Berdasarkan platform media, 98 persen pelanggaran dilakukan oleh media online. Terkait berita politik, memang belum banyak yang masuk dalam ranah aduan; selama 2023 baru sekitar 3 kasus yang menonjol.

Tentang pelanggaran Kode Etik Jurnalistik pada media yang diadukan, cukup beragam jenisnya, seperti penyajiann informasi tanpa verifikasi, atau tidak ada uji informasi. Kecenderungan yang ada, pernyataan pejabat dianggap (pasti) benar sehingga wartawan "lupa" tidak memverifikasi kebenarannya. Pelanggaran lain, tidak menggunakan narasumber yang kredibel atau sumber A-1 (A Satu) menurut istilah lapangan kawan kawan wartawan.

Sementara itu, selama tahun 2022 secara total Dewan Pers menerima 691 kasus pengaduan dan 663 berhasil diselesaikan. Jumlah ini lebih kecil dari tahun 2021 yang



Anggota Dewan Pers, Totok Suryanto (berdiri) menjadi narasumber dalam Workshop Peliputan Pemilu Surabaya, Jawa Timur, Kamis (6/7). (Foto: Dewan Pers)

mencapai 774 kasus pengaduan. Jika dilihat jenis platform yang diadukan; 97 persen didominasi kasus di media online dan jenis pelanggarannya sama dengan pelanggaran pada kasus kasus pers 2023.

Bagaimana dengan 2019? Pada tahun itu pengaduan yang masuk ke Dewan Pers sebanyak 626 kasus dan diselesaikan 522 kasus. Karena tahun politik, kasusnya banyak kasus kasus politik, seperti Indonesia Barokah yang kemudian dinyatakan oleh Dewan Pers bukan media pers. Menyangkut konten beritanya Dewan Pers tidak menemukan Indonesia Barokah sesuai dengan kaidah kaidah atau etika pers.

Indonesia Barokah bisa dikatakan mengulang kasus Obor Rakyat pada 2014. Dalam keputusan Dewan Pers, Obor Rakyat melanggar empat pasal sekaligus. Tidak berbadan hukum (pasal 1 butir 2), tidak memiliki penanggung jawab redaksi (Pasal 12), sementara kontennya tidak menghormati norma norma agama dan tidak menerapkan praduga tak bersalah (pasal 5 ayat 1), serta tidak melaksanakan peran pers seperti tercantum dalam Pasal 6 UU Pers No 40 tahun 1999.

Dua contoh kasus di tahun politik 2014 dan 2019 mencerminkan media kerap dijadikan alat kepentingan, alih alih menerapkan jurnalisme verifikasi, sekelompok orang yang tidak bertanggungjawab malah menawarkan proses pers yang jauh dari etika, "memperkosa" konten sebagai alat politik dengan menghalalkan segala cara.

Jika meihat jenis pengaduan yang masuk ke Dewan Pers dari tahun ke tahun, saya menemukan banyaknya media yang justru "merusak" pers. Mereka tidak mengembangkan model jurnalisme verifikas, melainkan jurnalisme kepentingan, di mana itu bukan model jurnalisme yang benar. Tidak heran, karena efektivitas media sebagai alat kampanye, sejak 2009 tak jarang sejumlah calon pemimpin di daerah membeli atau membuat media sendiri, kemudian digunakan untuk kampanye dalam Pilkada. Setelah terpilih/tidak terpilih medianya dibiarkan tidak terurus.

Temuan lain, banyak aktivis LSM di berbagai daerah membuat media untuk kepentingan mereka (digunakan untuk memeras, dan memberitakan sesuai kepentingan mereka sendiri). Selain itu, penggunaan atribut dan nama institusi negara seperti Polri, TNI, BIN, Kejaksaan dan lain-lain untuk atribut dan nama media. Oknum oknum ini membuat media untuk menakut nakuti dan dengan demikian "merusak" pers.

## Tetap Sebagai "Wasit" Profesional

Saya menggarisbawahi, adanya kekhawatiran publik terhadap pers saat ini karena melihat jenis dan jumlah pengaduan di Dewan Pers. Namun, tentu, jangan berkecil hati, karena masih banyak media mainstream yang menjunjung etika, bekerja secara profesional, bertanggungjawab dan berintegritas.

Selanjutnya izinkan saya mengembangkan definisi kondisi pers setelah melihat gambaran pengaduan kasus pers dengan mengacu pada empat hal yaitu persepsi, substansi, sistem dan kultur (culture). Secara persepsi, pers saat ini dipersepsikan sebagai pilar ke-empat atau fourth estate demokrasi, lembaga kontrol terhadap kekuasaan, pejuang kepentingan publik, tetapi juga dipersepsikan buruk karena kualitas pers, bisa disebut penyebar hoax, alat kekuasaan dan kepentingan, dan merusak tatanan publik dengan framing informasi yang keliru atas nama publik. Dua pengertian ini membuka tabir bahwa pers kita harus berbenah karena ada persepsi negatif dari publik.

Bagaimana dengan substansi? Secara substansial pers kita berada dalam kebebasan yang dilindungi oleh Undang-Undang (UU Pers No 40 tahun 1999), memiliki value of freedom yang terukur (bertanggungjawab) dan berada di lingkungan negara demokrasi. Sedangkan menyangkut sistem; pers Indonesia dibangun di atas sistem yang kuat. UU memberikan kewenangan terhadap masyarakat pers untuk mengurus dirinya sendiri, tanpa intervensi dan adanya jaminan kebebasan mutlak. Sistem pers berkelanjutan di Indonesia ditentukan oleh masyarakat pers bersama organisasi pers (Dewan Pers).

Culture; kebebasan yang diberikan terhadap pers cenderung dipergunakan oleh pelaku jurnalisme kepentingan. Pers kita juga hidup di tengah publik yang kritis terhadap informasi, namun bertumbuhnya pe-

Secara substansial pers kita berada dalam kebebasan yang dilindungi oleh **Undang-Undang (UU** Pers No 40 tahun 1999), memiliki value of freedom yang terukur (bertanggungjawab) dan berada di lingkungan negara demokrasi.

rusahaan media di Indonesia tidak disertai kualitas pers yang baik dan kuat. Pers kita tidak dibangun dengan culture yang kritis dan skeptis. Sangat sedikit jumlah pers yang memiliki culture skeptis dan kritis.

Secara teori, sebagai bagian dari dari pilar demokrasi, pers memiliki dan berupaya menjalankan kekuasaan publik tanpa mengubah statusnya sebagai pranata sosial (social institution). Sebagai bagian dari sebuah sistem pemerintahan, kelangsungan hidup pers bergantung pada sistem politik yang berjalan pada masa itu. Pers sejatinya adalah sebuah lembaga independen yang tidak memihak kepada salah satu golongan ataupun pemerintah, melainkan hanya berpihak kepada kebenaran informasi berupa fakta yang disampaikannya kepada masyarakat.

Dalam proses demokrasi, media merupakan komponen penting, dengan peran sentralnya yakni menghubungkan pemerintah dan publik. Di sini media berperan membantu publik mendapatkan kebenaran dan menemukan jawaban atas keraguan keputusan keputusan yang akan mereka ambil.

Berdasar berbagai fakta, teori dan tujuan pers itu sendiri. dalam proses demokrasi pers harus tetap berperan sebagai "wasit" yang adil, profesional dan tidak boleh masuk dalam kancah politik. Pers harus menjadi solusi yang dibutuhkan publik dan mengantarkan proses demokrasi berjalan dengan lancar dan menghasilkan kepemimpinan yang kuat.

Pemillu 2024 adalah pertaruhan demokrasi dan menjadi momentum pers untuk melepaskan diri dari berbagai politik kepentingan. Kita yakin masih banyak pers yang menjunjung etik dan bekerja untuk memberikan informasi yang dibutuhkan publik.

\*) Yadi Hendriana, Anggota Dewan Pers Periode 2022 - 2025 dengan jabatan Ketua Komisi Pengaduan dan Penegakan Etika Pers. Pria kelahiran Ciamis tahun 1975 ini juga menjabat sebagai Direktur Pemberitaan MNC Portal Indonesia. Yadi berkarier di MNC Group sejak 2004 dan pernah menjabat beberapa posisi eksekutif, antara lain Wakil Pemimpin Redaksi Global TV (2007 - 2013), Pemimpin Redaksi MNCTV (2013 - 2017), dan Deputy News Director dan Pemimpin Redaksi iNews (2017 - 2020). Ia berturut-turut menjadi Ketua Umum IJTI, yakni periode 2012 - 2016 dan 2017 - 2021. Yadi saat ini sedang menyelesaikan pendidikan S3 Ilmu Komunikasi di Universitàs Padjajaran, Bandung.

## Jurnalis dan Tarikan **Politik Praktis**



Oleh: TRI AGUNG KRISTANTO \*)

Journalism is the protection between people and any sort of totalitarian rule. That's why my hero, admittedly a flawed one, is a journalist. (Andrew Vachss (1942-2021), pengarang dan aktivis perlindungan anak dari Amerika Serikat)

alam beberapa kali wawancara untuk perekrutan calon wartawan harian Kompas, sejumlah peserta secara terbuka mengakui, mereka ingin menjadi wartawan bukan untuk selamanya. Bagi mereka, wartawan merupakan profesi "batu loncatan". Mereka ingin suatu saat, setelah memiliki jaringan dan kepercayaan diri sebagai wartawan, memasuki dunia politik praktis, menjadi bagian dari pemerintahan. Bahkan, ada yang terang-terangan ingin menjadi penguasa, entah sebagai kepala daerah, wakil rakyat, atau presiden/wakil presiden.

Jurnalis adalah profesi yang terbuka. Tak harus ada pendidikan khusus untuk menjadi wartawan. Semua lulusan dari berbagai bidang ilmu bisa menjadi pewarta untuk masyarakat. Tak sedikit, pada masa lalu dan masa kini, seseorang menjadi wartawan dengan mengandalkan ijazah sekolah menengah. Tentu tak ada yang salah dengan latar belakang pendidikan ini. Sebab, tak sedikit pula jurnalis yang bergelar guru besar dan berpendidikan strata tiga (S3), doktor. Inilah konsekuensi dari profesi yang bersifat terbuka.

Konsekuensi lain dari profesi yang terbuka, adalah "alumni"-nya juga bisa memasuki profesi atau pekerjaan lain, terutama yang memang terbuka, seperti aktivis, politisi, atau pengusaha. Dan, tak sedikit wartawan yang akhirnya meninggalkan profesinya, menjadi bagian dari kekuasaan atau oposisi, entah karena ada tawaran dari para politisi atau penguasa, maupun atas keinginan sendiri. Sekali lagi, tiada yang keliru dengan pilihan hidup dari (mantan) jurnalis itu, seperti juga tidak ada yang salah dengan cita-cita peserta seleksi calon wartawan harian Kompas tersebut.

Apalagi, selama pemerintahan Orde Baru dan setelah Reformasi, setidaknya ada enam wartawan Kompas pernah menjadi wakil rakyat. Ada Ansel da Lopez dari Golongan Karya (Golkar); Zainuddin Isman, yang mewakili Partai Persatuan Pembangunan (PPP); Yusron Ihza Mahendra dari Partai Bulan Bintang (PBB), serta Marcel Beding, Josef Umarhadi, dan Alfridel Jinu dari Partai Demokrasi Indonesia (PDI) atau PDI-Perjuangan. Selain dari Harian Kompas, tercatat puluhan wartawan juga menjadi anggota DPR/DPRD, kepala daerah, menteri/wakil menteri, duta besar, staf ahli, staf khusus, atau jabatan politik/publik lain.

Beberapa nama (mantan) wartawan yang menduduki karir politik "tinggi", antara lain Adam Malik dari Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) Antara, yang pernah menjadi Wakil Presiden. Juga Harmoko, pendiri Harian Pos Kota yang menjadi Ketua Umum Golkar, Menteri Penerangan, dan Ketua MPR/DPR; serta Bambang Soesatyo, yang pernah menjadi Pemimpin Redaksi Info Bisnis dan Suara Karya, beralih menjadi pengusaha dan politisi, pernah menjadi Ketua DPR dan kini menjadi Ketua MPR. Dari kalangan perempuan, ada nama Zannuba Ariffah Chafsoh Rahman Wahid atau Yenny Wahid, yang pernah menjadi koresponden surat kabar di Australia, dan kini menjadi aktivis sosial/politik; maupun Soerastri Karma (SK) Trimoerti, pendiri surat kabar Pesat (1938), pengajar jurnalistik pada era Orde Lama dan Orde Baru, serta menjadi pahlawan nasional dan perempuan pertama sebagai Menteri Perburuhan (Tenaga Kerja).

Dalam masa pemerintahan Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Ma'ruf Amin pun sejumlah mantan wartawan menjadi anggota kabinetnya, antara lain Muhadjir Effendy, pendiri surat kabar kampus Bestari dan mantan Ketua Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Malang Raya, yang kini menjadi Menteri Koordinator bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan; serta Budi Arie Setiadi, pendiri surat kabar Bergerak, mantan jurnalis mingguan Kontan dan Media Indonesia Minggu, yang kini menjadi Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo), setelah sebelumnya menjabat Wakil Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. Ada juga Nezar Patria, mantan Pemimpin Redaksi harian berbahasa Inggris the Jakarta Post, serta mantan jurnalis majalah Tempo, CNN Indonesia, dan Viva, yang kini menjadi Wakil Menteri Kominfo; maupun Angela Tanoesoedibjo, yang tercatat sebagai Pemimpin Redaksi majalah HighEnd dan HighEnd Teen, serta kini menjadi Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Dalam masa pemerintahan Presiden Jokowi sebelumnya, maupun masa pemerintahan Presiden sebelumnya di negeri ini, sejumlah wartawan atau mantan jurnalis juga masuk dalam kabinet, misalnya wartawan Kompas Manuel Kaisiepo yang menjadi Menteri Negara Percepatan Pembangunan Indonesia Timur pada era Presiden Abdurrahman Wahid dan Presiden Megawati Soekarnoputri. Selain itu, pada era pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, tercatat ada Saifullah Yusuf, yang pernah menjadi wartawan tabloid Detik, menjabat Menteri Negara Pembangunan Daerah Tertinggal; dan wartawan Tempo dan pimpinan koran Jawa Pos Dahlan Iskan menjadi Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Di negara lain pun sudah menjadi hal yang biasa, jika seorang wartawan atau mantan wartawan menjadi pejabat publik, bahkan menjadi kepala pemerintahan.

#### Independensi dan Moralitas

Tarikan pada jurnalis untuk terlibat langsung dalam kegiatan politik praktis, memperebutkan kuasa di lembaga eksekutif, legislatif, bahkan yudikatif akan selalu

terjadi, terutama menjelang pesta demoktrasi. Hal ini tak bisa dihindari, sebab sejarah pers di dunia ini sangat erat terkait dengan politik praktis, partai politik, dan kekuasaan. Pendirian sejumlah media di dunia, termasuk di Indonesia pun tak lepas dari partai, seperti surat kabar Suara Karya yang didirikan oleh Golkar atau harian Kompas yang diinisiasi aktivis Partai Katolik, atas permintaan Letnan Jenderal Ahmad Yani untuk mengimbangi perkembangan media yang dibuat oleh Partai Komunis Indonesia (PKI). Nama harian Kompas diberikan oleh Presiden Soekarno pada tahun 1965.

Pada saatini, diakui atau tidak, sejumlah kelompok usaha media pun terkait erat dengan pimpinan partai atau tokoh politik. Seperti Grup Media Nusantara Citra (MNC) yang dipimpin Harry Tanoesoedibjo, yang juga pendiri dan Ketua Umum Partai Persatuan Indonesia (Perindo); atau Media Group yang dipimpin Surya Paloh, yang juga Ketua Umum Partai Nasdem; atau TVOne dan Vivanews, yang dimiliki mantan Ketua Umum Partai Golkar Aburizal Bakrie. Sejumlah tokoh politik, yang kini tengah berusaha melaju dalam kontestasi Pemilu 2024, atau mendukung calon tertentu, seperti Erick Thohir, Enggartiasto Lukito, Chairul Tanjung, dan M Jusuf Kalla juga memiliki media massa.

Tarikan terhadap jurnalis untuk menerjuni politik praktis semakin kencang lagi jelang Pemilu 2024, sebab sejumlah politisi di daerah pun mendirikan dan mendanai media dalam jaringan (daring) atau online untuk kepentingan politik sesaatnya. Belum lagi, sejumlah politisi dan tim suksesnya menggunakan media sosial



Acara Kick Off Workshop Peliputan Pemilu di Hall Dewan Pers, Jakarta, Senin (19/6). (Foto: Dewan Pers)

untuk menjangkau calon pemilih. Aktivitas menggunakan media sosal ini menjadi sesuatu hal yang biasa bagi wartawan, sebab nyaris kini tak ada lagi media arus utama yang tidak menggembangkan media sosial sebagai sarana menjangkau lebih besar lagi audiens, termasuk menjadi platform baru media massa.

Ketua Dewan Pers Ninik Rahayu pada Kick Off Program Workshop Pemilu 2024, Senin (19/6/2023) di Gedung Dewan Pers, Jakarta mengingatkan, kian banyaknya jumlah media daring merupakan tantangan bagi penyelenggara pemilu, dan Dewan Pers, untuk memberikan pemahaman mengenai peraturan pemilu dan kode etik jurnalistik dalam pemberitaan terkait pemilu. Namun, Dewan Pers mengingatkan insan pers untuk tak partisan dan mendorong pemilu yang baik, sehat, dan demokratis. Dalam berbagai kesempatan, Dewan Pers bersama organisasi wartawan/jurnalis, seperti PWI, Aliansi Jurnalis Independen (AJI), Asosiasi Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI), dan Pewarta Foto Indonesia (PFI) mengingatkan pula, siapapun wartawan yang menjadi calon anggota legislatif (caleg), calon kepala daerah, atau anggota tim pemenangan calon presiden/wapres seharusnya mundur, atau setidak-tidaknya nonaktif, dari profesi kewartawanannya.

Memang Kode Etik Jurnalistik (KEJ) Bersama, yang berlaku saat ini, baru disepakati Dewan Pers dan masyarakat pers di Indonesia tahun 2006. Kesepakatan mengembangkan kehidupan pers yang lebih baik, termasuk pengembangan kompetensi wartawan dan kehidupan perusahaan pers, seperti diatur pada Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, juga baru terjadi tahun 2010, melalui Deklarasi Palembang pada peringatan Hari Pers Nasional (HPN). Namun, Upaya untuk menjaga kemandirian jurnalis dan pers, seperti diamanatkan pasal 1 KEJ, yang berbunyi, Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk sudah dilakukan sejak lama. Selalu saja diingatkan, siapapun jurnalis yang menekuni politik praktis, ia melepaskan status kewartawanannya.

Independen sesuai KEJ, bisa dipahami sebagai "menjaga jarak yang sama dengan narasumbernya", seperti yang diingatkan Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2003) dalam buku "Elemen Elemen Jurnalisme", yang dipahami oleh masyarakat pers lintas negara. Society of Professional Journalist (SPJ) dalam Kode Etik bagi profesional jurnalis yang dikembangkannya, menegaskan bahwa, wartawan profesional percaya pencerahan publik adalah cikal bakal keadilan dan fondasi demokrasi. Etika jurnalisme berusaha untuk memastikan pertukaran informasi yang bebas, yang akurat, adil dan menyeluruh. Wartawan yang beretika bertindak dengan integritas. Ada empat prinsip dasar etika jurnalisme, yaitu Seek truth and report it (cari kebenaran dan laporkan), Minimize harm (minimalkan bahaya), Act independently (bertindak mandiri), dan Be accountable and transparent (bertanggung jawab dan terbuka).

Ada pula asas demokratisasi dalam KEJ 2006, yang sebagian diartikan berita harus disiarkan secara berimbang dan independen. Kemandirian, jaringan, dan pengetahuan yang dimiliki oleh sebagian jurnalis memang menjadi daya pikat bagi sejumlah politisi atau pimpinan partai, untuk menjadikan mereka sebagai daya tarik bagi pemilih, selain harapan ada akses untuk memanfaatkan media tempat para wartawan itu bekerja, untuk kepentingan politik praktis.

Namun, wartawan yang baik tak akan pernah mau mengorbankan independensi jurnalis secara keseluruhan, dan menaati kesepakatan yang ada. Misalnya, Ketua Umum PWI dan mantan Wakil Ketua Dewan Pers Margiono pada 2018 melepaskan jabatannya, dan tak aktif menjadi pimpinan media, saat mengikuti pemilu kepala daerah (Pilkada) Kabupaten Tulungagung (Jawa Timur). Anggota Dewan Kehormatan PWI Pusat Dhimam Abror Djuraid mundur pula dari posisinya, saat ia memastikan diri akan menjadi bagian dari tim pemenangan calon presiden pada Pemilu 2024.

Meskipun demikian, tetap saja politisi dan parpol, termasuk menjelang Pemilu 2024, mencoba menggandeng jurnalis menjadi bagian yang berlaga dalam perebutan kekuasaan yang diatur dalam konstitusi itu. Apalagi, masih ada wartawan yang memahami posisi independen dan "menjaga jarak yang sama" itu sesuai dengan kepentingan politik praktisnya, seperti menyatakan, "tak ada aturan yang mengharuskan wartawan dalam pemilu harus bersikap netral" atau "hanya akan nonaktif Di dalam kerja jurnalistik itu ada laku moral yang harus dijaga. Dan, moralitas itu mewujud dangan tetap dihargainya kemanusiaan sebagai hal yang tertinggi. Sulit membayangkan dalam perebutan kekuasaan ada penghargaan yang tinggi pada kemanusiaan, apalagi ketika menyebarkan kabar bohong menjadi bagian dari strategi pemenangan.

sebagai wartawan, saat masa kampanye". Tidak mungkin ada independensi dan keberimbangan, jikalau wartawan menjadi bagian yang aktif dari aktivitas politik praktis, khususnya perebutan kekuasaan. Ruang redaksi (newsroom) pun akan bisa terbelahbelah.

Konsiderandalam UUPers, menegaskan antara lain, kemerdekaan pers merupakan salah satu wujud kedaulatan rakyat dan menjadi unsur yang sangat penting untuk menciptakan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang demokratis, sehingga kemerdekaan mengeluarkan pikiran dan pendapat sebagaimana tercantum dalam Pasal 28 Undang-undang Dasar 1945 harus dijamin. Jurnalis yang menjadi bagian dari kekuatan politik praktis nyaris tidak mungkin mewujudkan kemerdekaan pers di manapun berada. Sebab, ada hirarki dan struktur yang harus ditaatinya dalam organisasi politik praktis. Ia juga tidak mungkin bertanggung jawab kepada publik secara bebas, yang menjadi jati diri seorang jurnalis.

Pasal 3 ayat (1) UU No. 40/1999 juga menegaskan, Pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Apakah mungkin wartawan bisa menjalankan fungsinya, untuk melakukan kontrol sosial, jika ia menjadibagian dariyang seharusnya diawasi dan dikontrol itu? Tak mungkin. Sekretaris Eksekutif Dewan Pers Lukas Luwarso, dalam Buletin Etika Dewan Pers, April 2009, menuliskan, "Jurnalis memang lazimnya mengawasi politisi, mempersoalkan dan membeberkan ke publik kinerja politisi tidak beres. Secara kimiawi, ion jurnalis dan ion politisi bertentangan, seperti air dan minyak, tidak bisa campur."

Itu pula yang diingatkan Penulis Andrew Vachss, bahwa wartawan dengan segala kekurangannya, adalah pahlawan bagi publik. Karena, wartawanlah yang melindungi publik dari perilaku totalitarian penguasa. Kecenderungan kekuasaan adalah menguasai segala sesuatu yang berhubungan dengan warga di wilayah itu. Pemilu adalah konflik yang diatur oleh negara, dalam Undang-Undang Dasar (UUD), antara lain untuk melanggengkan atau merebut kekuasaan. Andrew Vachss menambahkan pula, jurnalisme menjaga demokrasi dan menjadi kekuatan yang progresif untuk perubahan sosial.

UU Pers, yang saat ini masih berlaku di negeri ini, jelas membedakan antara pers, perusahaan pers, dan wartawan. KEJ pastilah berlaku bagi jurnalis, dan bukan bagi perusahaan pers. Sebab itu, di sejumlah negara yang menganut sistem demokrasi, sejumlah media atau perusahaan pers secara terang-terangan mendukung salah satu pasangan calon kepala pemerintahan/ kepala negara. Di Indonesia, dalam catatan yang selama ini ada, baru sekali ada media yang jelas menyatakan mendukung calon presiden/wapres. Jelang Pemilu 2014, harian The Jakarta Post menurunkan Tajuk Rencana berjudul "Endorsing Jokowi", dan menyatakan dukungannya pada pasangan Jokowi/M Jusuf Kalla.

Oleh sebab tidak terikat KEJ, dan belum ada larangan bagi perusahaan media untuk mendukung calon presiden/wapres tertentu, tentu boleh-boleh saja media menyatakan sikapnya itu. Namun, untuk sebagian kalangan, sikap media yang mendukung calon atau partai tertentu itu bisa menjadi ancaman yang serius bagi demokratisasi. Bahkan, bisa saja diartikan media massa yang secara terbuka menerjuni perpolitikan praktis itu bukan lagi media massa, dalam pengertian umum. Media itu menjadi bagian dari "mesin" perebutan kekuasaan. Alat politik, dengan berbagai alasan dan latar belakang kepentingannya.

Pendiri Tempo Goenawan Mohammad dan pendiri Harian Kompas Jakob Oetama sependapat, menuliskan atau melaporkan berita bukanlah semata-mata melaporkan fakta. Di dalam kerja jurnalistik itu ada laku moral yang harus dijaga. Dan, moralitas itu mewujud dangan tetap dihargainya kemanusiaan sebagai hal yang tertinggi.

Sulit membayangkan dalam perebutan kekuasaan ada penghargaan yang tinggi pada kemanusiaan, apalagi ketika menyebarkan kabar bohong menjadi bagian dari strategi pemenangan.

Moralitas itu pula yang menjadi salah satu asas dalam KEJ, yang diartikan sebagai lembaga, media massa atau pers dapat memberikan dampak sosial yang sangat luas terhadap tata nilai, kehidupan, dan penghidupan masyarakat yang mengandalkan kepercayaan. KEJ menyadari pentingnya sebuah moral dalam menjalankan kegiatan profesi wartawan. Untuk itu, wartawan yang tidak dilandasi oleh moralitas tinggi, secara langsung sudah melanggar asas KEJ.

"Morality has nothing in command with politics," begitu tulis Musisi Amerika Serikat, Bob Dylan. Sastrawan Jerman Karl Wilhelm Friedrich von Schlegel (1772-1829) menambahkan, "Where there is politics or economics, there is no morality." Moralitas dirilah yang akan menentukan bagaimana wartawan menyikapi tarikan politik praktis yang diterimanya.

\*) Paulus Tri Agung Kristanto, Anggota Dewan Pers periode 2022-2025, mengetuai Komisi Pendidikan dan Pengembangan Profesi Pers. Lahir di Yogyakarta pada tahun 1968, jurnalis yang akrab dipanggil TRA ini sekarang masih menjabat sebagai Wakil Pemimpin Redaksi Harian Kompas. TRA cukup produktif menulis dan juga sebagai editor buku, dan beberapa karyanya yaitu Jangan Bunuh KPK, Kejahatan Korupsi dan Penegakan Hukum, Demokrasi Konstitusional. TRA merupakan pemegang Press Card Number One

## Komodifikasi Survei Pemilu

Oleh: BESTIAN NAINGGOLAN \*)



#### A. Pendahuluan

urvei opini publik, polling, jajak pendapat, ataupun berbagai derivasinya, perti hitung cepat (quick count), survei pasca pemilu (exit polls), merupakan produk riset sosial politik yang sudah melekat erat dalam berbagai pemberitaan media, khususnya di masa pemilihan umum. Di negeri ini, semenjak reformasi 1998, yang menandai runtuhnya rezim otoriter Orde Baru, lembaga riset opini publik dan juga media berkolaborasi menampilkan berbagai hasil survei yang diklaim merupakan suara rakyat.

Kolaborasi lembaga riset dan media bersifat mutualistik. Saat itu, dalam suasana politik yang bebas, lembaga riset tumbuh bagaikan cendawan di musim hujan. Dengan mempraktikkan metode riset sosial, opini publik dihimpun, dianalisis, diinterpretasikan, dan dipublikasikan. Saat yang sama, media pers, yang tengah "memenangkan" kebebasannya, terbilang sangat antusias mengangkat hasil survei. Karena menggunakan metode riset, survei diyakini sebagai representasi opini masyarakat yang sahih. Apalagi, opini masyarakat menjadi sesuatu yang kehadirannya dinilai sangat penting dalam kultur demokrasi yang baru saja dimulai. Itulah mengapa, selain hasil-hasilnya yang kerap mengejutkan hingga potensial mengundang lebih banyak audiens mengonsumsinya, media pers memublikasikan hasil survei dalam posisi pemberitaan yang paling strategis.

Relasi media pers dan survei opini publik, maupun hasil-hasil survei, sulit terpisahkan. Bahkan, merunut sejarah kehadiran dan penyelenggaraan survei opini, pers menjadi perintis yang tidak hanya memublikasikan namun memelopori penggunaan survei dalam praktik jurnalistik. Merujuk pada catatan awal kemunculan survei opini publik di Amerika Serikat, tahun 1824 surat kabar Harrisburg Pennsylvanian di Wilmington, Delaware, tercatat sebagai pelopor penyelenggaraan survei opini publik yang berinisiatif mengumpulkan preferensi masyarakat mengenai kandidat presiden: Andrew Jackson, John Quincy Adams, Henry Clay, dan William Harris Crawford yang akan bertarung dalam pemilihan umum 1824 (Erikson & Tedin, 2001).

Pada tahun 1886, bahkan terbit sebuah majalah bernama Public Opinion, yang secara khusus mempublikasikan berbagai opini yang berkembang saat itu seperti opini yang berasal dari editorial dari surat kabar yang terbit di Amerika Serikat, berbagai persoalan utama yang dialami publik, dan cuplikan-cuplikan data hasil pengolahan opini publik. Dalam perkembangannya, pada tahun 1906, majalah tersebut berganti nama menjadi Literary Digest yang pada era itu menjadi majalah dengan angka dan jangkauan sirkulasi terbesar (Sheatsley, 1977). Kiprah Literary Digest dalam khasanah media massa di Amerika Serikat pada era 1900an tergolong fenomenal. Namun, kegagalan majalah ini dalam memprediksi hasil pemilu 1936 mengubur kelanjutan nasib media tersebut. Pemilu 1936 dimenangkan kandidat presiden Partai Demokrat, Franklin D Roosevelt, berbeda dari hasil prediksi Literary Digest yang memenangkan Alfred M Landon dari Partai Republik.

Kegagalan dalam memprediksi memang mematikan kiprah Literary Digest namun fakta itu tidak menyurutkan langkah media pada umumnya untuk terus menyelenggarakan survei opini publik. Bahkan, kontribusi media pers dalam pengayaan produk-produk dalam survei opini publik semakin besar sejalan dengan diperkenalkannya exit poll di tahun 1967 oleh jaringan media CBS. Kala itu, CBS memulai exit poll dalam penyelenggaraan pemilihan umum kepala negara bagian (gubernur) di Kentucky, Philadelphia, dan Cleveland. Semenjak itu, berbagai jaringan media massa di Amerika Serikat seperti NBC, ABC, mengikuti langkah CBS menyelenggarakan exit poll dalam skala nasional.

Selain itu, dalam dialektika perkemba-

ngan keilmuan jurnalistik penyelenggaraan dan pemanfaatan hasil survei opini publik ditempatkan sebagai bagian dari genre new journalism yang popular sejak era 1970-an. Philip Meyer, dalam bukunya bertajuk Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods (2002), antara lain mengungkapkan bahwa kehadiran jurnalisme presisi sebagai suatu kritik terhadap metode kerja jurnalisme konvensional yang kurang akurat dalam menggambarkan kondisi yang terjadi, terutama dalam kasus-kasus yang terjadi di masyarakat. Dalam kasus kerusuhaan massa yang bersinggungan dengan rasial di Detroit AS, tahun 1967, misalnya, berbagai media pers menampilkan pangkal penyebab kerusuhan dengan argumentasi yang keliru dan menyesatkan. Sebagai alternatif solusi, Meyer mengenalkan pemanfaatan metode riset sosial, baik survei dan kajian data sekunder, sebagai metode kerja jurnalistik.

Dengan beragam pemaparan di atas, terjelaskan jika media pers tidak terlepaskan dari keberadaan survei opini publik. Hal yang relatif tidak berbeda juga terjadi di negeri ini. Sepanjang kehadiran dan perkembangannya, survei opini publik tidak terlepas pula dari kiprah pers dalam menempatkan publik sebagai subyek dalam setiap pemberitaan.

Hanya saja, sejarah dan dinamika relasi yang terbangun selama ini antara media pers dan survei opini publik tampaknya tidak selalu ideal. Opini publik yang terangkum dalam survei cenderung telah terkomodifikasi dalam kepentingan ekonomi maupun politik media pers. Survei tidak lagi dipandang secara kritis pada posisi nilai kegunaannya (used value) dalam upaya menghimpun ekspresi individu yang teragregasi menjadi opini publik, namun pers lebih menempatkannya sebagai materi pemberitaan yang potensial mendukung upaya pencarian audiens ataupun sebagai alat pelegitimasian kepentingan politik.

Memasuki rangkaian Pemilu 2024, seperti juga pada periode pemilu-pemilu sebelumnya, terjadi juga komodifikasi survei opini publik dalam pemberitaan media pers. Penggambaran persaingan antarcalon konstestan pemilu, semakin gencar terpublikasikan, tanpa didasarkan pada pemahaman yang utuh terkait keterbatasan-keterbatasan survei. Publik, audiens, konsumen media, yang seharusnya menjadi subyek justru menjadi obyek dari proses komodifikasi survei.

Mencegah semua ini berulang terjadi, kajian berikut dengan segenap bahasannya berupaya membangunkan kesadaran kolektif media pers, publik, audiens, hingga konsumen media, akan pentingnya literasi terhadap survei opini publik, baik sisi penyelenggaraan hingga publikasi temuannya.

## B. Metoda Kajian: Perspektif Ekonomi Politik

Dalam mencermati bagaimana kecenderungan orientasi media pers dalam pemilu dengan segenap kreasi jurnalistik yang menempatkan hasil survei sebagai bagian dari materi pemberitaannya, perspektif ekonomi politik media relevan dijadikan sandaran. Pemikiran Vincent Mosco (2009),

pakar ekonomi politik komunikasi, layak diketengahkan, sejalan dengan interpretasi kritisnya terhadap turunan konsep komodifikasi dalam komunikasi termasuk media.

Menurut Mosco, komodifikasi sebagai suatu proses transformasi barang dan jasa dari nilai kegunaannya beralih menjadi suatu komoditas yang memiliki nilai pertukaran. Komodifikasi ini berlangsung melalui proses produksi dalam masyarakat kapitalistik, di mana para pemilik modal (kapital) membeli komoditas yaitu kekuatan tenaga kerja (labour power) dan alat-alat produksi (means of production) yang digunakan dalam produksi bertujuan penciptaan nilai lebih (surplus value). Dalam beberapa persoalan, tidak hanya semata pada penciptaan surplus value, upaya pengkomodifikasian juga untuk meningkatkan pelegitimasian politik.

Dalam ruang kajian survei opini publik, komodifikasi terjadi di berbagai persoalan, seperti komodifikasi produk, komodifikasi pekerja, dan lainnya. Namun dalam kajian ini secara khusus terfokus pada konten pemberitaan. Dalam hal ini, bagaimana nilai kegunaan suatu survei opini publik, yang sejatinya sebagai suatu instrumen dalam mewujudkan kedaulatan rakyat, dengan mengetengahkan suara ataupun kehendak publik dalam setiap pewacanaan politik, telah bertransformasi menjadi suatu komoditas politik yang dipertukarkan dalam mengejar tuntutan fungsi ekonomi maupun kepentingan politik media pers.

Menunjukkan bagaimana kecenderungan komodifikasi survei terjadi dalam media pers, telaah kualitatif terhadap periodisasi historis penyelenggaraan survei dan konten pemberitaan media pers dilakukan. Dokumen-dokumen pemberitaan media pers yang menampilkan kemunculan, metode, dan temuan hasil survei opini publik terkait politik (pemilu), sejak 1970 hingga kini dijadikan material analisis. Secara khusus, analisis terhadap beberapa pemberitaan media pers terkait dengan publikasi survei elektabilitas capres maupun partai politik jelang Pemilu 2024 dilakukan, yang menguatkan kecenderungan komodifikasi survei terjadi juga dalam pemilu kali ini.

#### C. Hasil Kajian: Tiga Babak Perjalanan dan Publikasi Survéi

Sejarah perjalanan survei opini publik di negeri ini menunjukkan dinamika menarik pada setiap periode penyelenggaraan yang sekaligus mencirikan setiap periode penyelenggaraan survei tersebut. Setidaknya, dapat terpilahkan tiga babak perjalanan survei opini di negeri ini.

Pertama, survei di era Orde Baru, 1970-1998. Periode ini merupakan rintisan keberadaan survei opini di negeri ini. Beragam ketidaksempurnaan, baik aspek teknis metodologi maupun teknis penyelenggaran, mewarnai keberadaan survei di era ini (Tabel). Di sisi produksi, misalnya, hanya segelintir lembaga berkecimpung dalam urusan pengumpulan opini publik. Institusi negara, dalam hal ini pemerintah, lebih banyak mendominasi penyelenggaraan survei. Memang, terdapat beberapa media massa maupun institusi swasta yang turut berpartisipasi, namun dalam skala penyelenggaraan yang amat terbatas dengan tema yang tidak langsung berkaitan dengan politik dan kekuasaan negara.

Di sisi distribusi pun penuh dengan ketidaksempurnaan. Publikasi survei amat jarang terdengar. Sesekali negara mengumumkan penyelenggaraan survei politik, namun khalayak tidak pernah mengetahui hasil survei tersebut. Lembaga Pers dan Pendapat Umum Djakarta, suatu institusi pemerintah dalam naungan Departemen Penerangan, di pertengahan bulan Oktober 1968, misalnya, mengumumkan akan menyelenggarakan suatu poll pendapat umum di berbagai kota di Indonesia. Survei opini publik ini bermaksud mempelajari keinginan dan harapan masyarakat mengenai beberapa segi kehidupan. Menurut informasi yang dikeluarkan lembaga ini, survei opini publik semacam ini baru pertama kalinya dilakukan di Indonesia. Namun, setelah pengumuman tersebut dipublikasikan kepada masyarakat umum hingga setelahnya tidak terdengar perkembangan kegiatan maupun hasil dari penyelenggaraan survei opini publik tersebut.

Adapun pula peristiwa lain di mana media massa ataupun institusi swasta mengumumkan hasil survei, namun di kemudian hari justru menuai aksi represif penguasa ataupun reaksi negatif masyarakat terhadap hasil survei tersebut. Pada tahun 1972, PT Survey Bussiness Research Indonesia



(Suburi), merupakan institusi survei bentukan modal asing Amerika Serikat yang beroperasi dalam penyelenggaraan survei sosial dan pemasaran. Namun, dalam perjalanannya institusi ini tidak berumur panjang oleh karena mengalami persoalan yang terkait dengan politik di negeri ini. Saat itu, survei PT Suburi yang mencoba memotret popularitas tokoh di negeri ini dinilai subversif dan harus dibersihkan. Berikutnya, kasus media mingguan Monitor, yang pada 15 Oktober 1990 menerbitkan hasil pengumpulan angket pembaca dengan mengikutsertakan nama Nabi Muhammad SAW, menuai reaksi kemarahan publik. Monitor dicabut SIUPP (Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers)-nya dan Arswendo Atmowiloto sebagai Pimpinan Redaksi dipidanakan. Singkatnya, periode rintisan survei yang terjadi saat kondisi makro politik dominan di bawah kendali penguasa rejim, merupakan masa kelam penyelenggaraan survei opini.

Kedua, periode 1999-2004. Runtuhnya era Orde Baru menjadi babak baru penyelenggaraan survei. Negara tidak lagi tampak sebagai penguasa tunggal survei. Antusiasme penyelenggaraan survei terjadi di kalangan masyarakat, melibatkan kalangan perguruan tinggi, berbagai organisasi non pemerintah, maupun media massa. Kesan ideal survei sebagai instrumen yang berupaya mengetengahkan suara rakyat dalam pusaran politik penyelenggaraan negara kental terlihat. Kondisi demikian ditopang oleh dukungan pendanaan institusi non profit luar negeri yang terlibat dalam upaya pendemokrasian negeri ini.

Dibandingkan dengan periode sebelumnya, jelas terdapat beberapa kemajuan, terlihat upaya menerapkan survei yang bersifat scientifik. Dari sisi kualitas survei, apa yang dicapai pun cukup memuaskan. Ajang Pemilu 1999 menjadi bukti, ketepatan institusi survei dalam memprediksi. Hanya, pencapaian periode ini tetap berbalut berbagai ketidaksempurnaan, terutama dari sisi kemampuan menerapkan metode dan teknis penyelenggaraan survei yang berbuntut pada kualitas validitas dan reliabilitas yang relatif rendah.

Ketiga, periode 2004 hingga kini. Sejalan dengan perjalanan waktu, berbagai kelemahan mulai tertutupi. Perbaikan di sisi metode maupun organisasi penyelenggaraan terjadi. Penyelenggaraan survei semakin bergairah sejalan dengan dimulainya pemilu langsung di tingkat nasional maupun lokal (lebih 500 pemilu dalam periode 5 tahun) yang terjadi berulang sepanjang 2004-2019. Pada periode ini, pemilu tidak hanya merupakan ajang persaingan antarkandidat ataupun partai politik, namun sekaligus juga arena pembuktian kesahihan memprediksi di antara lembaga survei.

Menariknya, di balik upaya pembuktian keakuratan dalam memprediksi, berlangsung pula persaingan pengaruh antara para penyelenggara survei. Jika pembuktian akurasi prediksi dihasilkan dari ketepatan lembaga survei dalam menerapkan metode survei dan teknis penyelenggarannya, maka persaingan pengaruh lebih terasakan saat ini sejalan maraknya publikasi survei dengan hasil yang berbeda, bahkan bertolak belakang.

Pada Pemilu 2014 dan 2019 lalu, misalnya, terdapat sekitar 40 lembaga survei yang mendaftarkan diri atau teregistrasi di Komisi Pemilihan Umum. Ketika Pemilu Presiden 2014 berlangsung, bahkan terjadi per-

bedaan hasil Hitung Cepat yang dilakukan antarlembaga survei, di mana hasil 8 lembaga survei memprediksi kemenangan pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla, sementara 4 lembaga lainnya menyatakan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa yang justru unggul (Kompas, 10/7/2014).

Tidak hanya berhenti di sini, kecenderungan survei yang terkomodifikasi kini tidak terhindarkan. Berbagai penjuru survei telah terkepung persoalan demikian, semenjak tahapan ide, penyelenggaraan, hasil maupun pemanfaatan hasil survei. Apa yang terjadi, survei seakan terdistorsi dari peran ideal dalam upaya pengumpulan opini, keinginan, dan aspirasi masyarakat. Survei kini cenderung beralih menjadi suatu instrumen yang digunakan dalam melegitimasikan kepentingan politik maupun ekonomi pihak yang menguasainya.

Tidak heran jika isu independensi lembaga survei menjadi salah satu persoalan yang menyeruak pada Pemilu 2009-2019. Dalam hal ini, persoalan yang diperdebatkan telah bergeser pada aspek etika pemublikasian survei. Terkait publikasi survei dengan pendanaan sponsor yang lekat dengan kandidat pemilu, misalnya, dipersoalkan sisi etiknya apabila kepentingan sponsor menyatu dengan hasil yang dipublikasikan kepada masyarakat. Terasa janggal memang, apabila lembaga survei memublikasikan hasil survei yang *notabene* diselenggarakan untuk kepentingan para pemesan survei itu. Menjadi lain persoalannya apabila pihak sponsor yang memublikasikan hasil survei tersebut.

Di sisi lain, gugatan terhadap sisi etik penyelenggaraan dan publikasi hasil survei tidak mampu pula meredam publikasi survei semacam ini. Media pers pun seolah

terlena, memublikasikan setiap hasil survei tanpa melihat secara kritis isi dan kepentingan yang ada di dalamnya. Kesan adanya upaya penguasaan opini yang pada akhirnya menggiring pemilih pada calon tertentu pun menjadi semakin dominan. Terlebih, publikasi survei kini tidak hanya bertumpu pada ruang editorial ataupun pemberitaan media massa, namun juga merambah ruang-ruang komersial media. Iklan prediksi kemenangan kandidat pemilu yang didasarkan hasil survei, misalnya, telah menjadi keseharian publikasi media massa pada Pemilu 2009.

Uniknya, yang juga menjadi berbeda dibandingkan dengan berbagai periode penyelenggaraan survei sebelumnya, upaya membendung penguasaan opini kini dilakukan. Namun, jika di masa lampau upaya menegasikan hasil survei cukup dengan menyatakan bahwa survei tidak bersandar pada metodologi yang baik, kini justru hasil survei dijadikan tameng. Tidak heran jika hasil yang ditampilkan pun amat kontras satu sama lain. Inilah fenomena survei berbalas survei yang menjadi babak baru dalam sejarah penyelenggaraan survei di negeri ini.

Dalam kondisi semacam ini, keberadaan survei opini publik yang terpublikasikan media pers menjadi terasa semakin dilematis. Ketepatan dalam memprediksi, sekalipun tidak presisi, memang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk lebih mempercayai hasil-hasil survei opini publik. Hanya, bentuk-bentuk komodifikasi survei telah menjadi sesuatu yang mengkhawatirkan. Masih teramat berat tampaknya jika saat ini masyarakat diyakinkan bahwa survei opini publik telah mampu berperan ideal dalam mengeskpresikan aspirasi mereka.

## Tabel

## Tiga Periode Survei Opini Publik di Indonesia

| ORDE BARU   | PASCA ORDE BARU  |   |  |  |  |  |  |  |
|---|--|---|--|--|--|--|--|--|
| Periode 1970-1998   | Periode 1998-2004  | Periode 2004-saat ini   |  |  |  |  |  |  |
|   | TEMA SURVEI  |   |  |  |  |  |  |  |
| Dominasi tema Non Politik.<br>Tema politik tidak langsung<br>menyinggung kekuasaan Negara,<br>seperti: Antusiasme Pemilu 1971,<br>Pemilih Mula 1987 | Dominasi tema Politik dan<br>bersinggungan langsung dengan<br>kekuasaan Negara: Evaluasi Kinerja<br>Presiden, DPR, TNI, Kepolisian, Hukum. | Dominasi tema Politik kontestasi pemilu:<br>Preferensi dan elektabilitas Pemilu 2004,<br>2009, 2014, 2019, Pilkada.   |  |  |  |  |  |  |
| PENYELENGGARA SURVEI  |  |   |  |  |  |  |  |  |
| Dominasi Pemerintah. Terdapat institusi<br>swasta asing (PMA), swasta (marketing<br>riset) dan media massa  | Dominasi Organisasi non-Pemerintah,<br>institusi non profit, Media massa, serta<br>Perguruan Tinggi.                                       | Dominasi Organisasi non-Pemerintah:<br>swasta berorientasi profit   |  |  |  |  |  |  |
| PENDANA SURVEI  |  |   |  |  |  |  |  |  |
| Lokal dan Luar Negeri: Pemerintah,<br>Investor asing, Media massa.  | Dominasi Luar Negeri: Institusi non<br>profit asing (Amerika Serikat, Eropa,<br>Jepang), sebagian Media massa dan<br>Partai politik.       | Dominasi Dalam Negeri: Individu, Partai<br>Politik, sebagian Media massa.   |  |  |  |  |  |  |
| METODOLOGI SURVEI   |  |   |  |  |  |  |  |  |
| Cakupan survei terbatas, jarang bersifat nasional.  | Cakupan survei nasional, namun<br>sebagian lokal dan parsial.  | Cakupan sebagian besar nasional, terdapat cakupan lokal (Pilkada)   |  |  |  |  |  |  |
| Jumlah sampel < 2.000 responden, survei secara <i>cross sectional</i> .   | Jumlah sampel < 3.000 responden, sebagian besar <i>cross sectional survey</i> .  | Jumlah sampel 1.200-2.000 responden, sebagian besar longitudinal survey   |  |  |  |  |  |  |
| Metode pengumpulan data wawancara<br>tatap muka. Sebagian melalui angket.   | Metode wawancara tatap muka. Mulai dilakukan survei telepon dan internet.  | Metode wawancara tatap muka, survei via telepon dan internet.   |  |  |  |  |  |  |
| Metode sampling:<br>cenderung non probabilitas, sekalipun<br>terdapat probabilitas ( <i>Multistage area</i><br>random sampling)                     | Mulai menerapkan sampling<br>probabilitas sekalipun non<br>probabilitas banyak dijumpai.   | Sampling probabilitas dominan.  |  |  |  |  |  |  |
| Metode Analisis Data:<br>Bersifat deskriptif ( <i>univariat</i> & <i>bivariat</i> )   | Metode Analisis Data:<br>Bersifat deskriptif ( <i>univariat</i> & <i>bivariat</i> )  | Metode Analisis Data:<br>Bersifat deskriptif, namun semakin meluas<br>(univariat, bivariat, dan multivariat)  |  |  |  |  |  |  |
| INTENSITAS SURVEI   |  |   |  |  |  |  |  |  |
| Minim dilakukan, kurang dari 25 survei<br>opini publik  | Sering dilakukan, antara 100-200 survei dlm 5 tahun.   | Diperkirakan lebih dari 300 survei dalam 5<br>tahun   |  |  |  |  |  |  |
| KUALITAS SURVEI   |  |   |  |  |  |  |  |  |
| Kurang merepresentasikan populasi,<br>kadang bersifat parsial.  | Mulai merepresentasikan sebagian populasi  | Merepresentasikan populasi  |  |  |  |  |  |  |
| Prediksi: tidak ada prediksi langsung.<br>Validitas dan Reliabilitas survei kurang  | Prediksi: Tidak stabil, sebagian tepat<br>namun tidak presisi.   | Prediksi: Cenderung stabil, kadang<br>tepat namun tidak presisi. Validitas dan  |  |  |  |  |  |  |
| terdeteksi.   | Validitas dan Realiabilitas mulai<br>terdeteksi.   | Reliabilitas mulai dipertimbangkan.   |  |  |  |  |  |  |
|   | PUBLIKASI SURVEI   |   |  |  |  |  |  |  |
| Tertutup, tidak terpublikasikan (milik<br>negara dan swasta), kecuali survei<br>Media massa.  | Terbuka, sebagian besar<br>terpublikasikan di Media massa  | Terbuka, terpublikasikan di media massa.<br>Jika tidak, dipublikasikan dalam bentuk<br>iklan media.   |  |  |  |  |  |  |
| REAKSI HASIL SURVEI   |  |   |  |  |  |  |  |  |
| Reaksi Negatif dari penguasa<br>(Pemerintah) dan masyarakat. Survei<br>dinilai tidak sahih, justru membuat<br>keresahan, mengganggu stabilitas.     | Reaksi mulai Positif, beranjak<br>dipercayai. Namun, gugatan terhadap<br>akurasi dan kualitas metodologi selalu<br>bermunculan.            | Reaksi terbelah. Positif, sejalan dengan<br>peningkatan kualitas metodologi dan<br>hasil. Sebaliknya, kadar independensi dan<br>penggiringan opini publik dipersoalkan. |  |  |  |  |  |  |

### Komodifikasi Publikasi Survei Pemilu 2024

Dibandingkan dengan berbagai rangkaian Pemilu sebelumnya, Pemilu 2024 merupakan Pemilu yang paling kompleks. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU), dalam Pemilu Presiden dan Legislatif yang serentak dilakukan 14 Februari 2024 tersebut, terjadi persaingan memperebutkan kursi kepresidenan, 580 kursi DPR di 84 Daerah Pemilihan, 2.372 kursi DPRD di 301 Daerah Pemilihan Provinsi, dan 17.510 kursi DPRD di 2.325 Daerah Pemilihan Kabupaten/Kota seluruh Indonesia. Begitu pula, terdapat 152 kursi DPD yang diperebutkan di seluruh provinsi. Selain itu, jika disertakan pula dengan Pilkada serentak 27 November 2024, terdapat persaingan dalam memperebutkan 38 jabatan gubernur, 98 jabatan walikota, 415 jabatan bupati.

Persaingan memperebutkan jabatan kepemimpinan politik tersebut sangat signifikan kaitannya dengan kehadiran survei elektabilitas yang memotret dan mencoba memprediksikan kemenangan setiap kandidat yang bersaing. Dengan demikian, pada ajang Pemilu 2024 dapat dipastikan survei elektabilitas banyak dijumpai dalam keseharian pemberitaan media. Bahkan, dengan begitu banyaknya jabatan kepemimpinan politik yang diperebutkan, periode kali ini jumlah penyelenggaraan survei dan publikasinya diprediksi menjadi yang terbesar dibandingkan dengan periode Pemilu sebelumnya.

Dalam dua tahun terakhir menjelang Pemilu 2024 berbagai survei elektabilitas sudah terpublikasikan di media pemberitaan. Bila dicermati tampak nyata jika komodifikasi pemberitaan survei masih saja terjadi. Berdasar hasil pencermatan, setidaknya terdapat empat bentuk komodifikasi pemberitaan survei yang terurai berikut ini.

Pertama, komodifikasi dalam pemilihan angle temuan hasil survei elektabilitas. Umumnya suatu pemaparan hasil survei, beragam hasil temuan dipaparkan secara lengkap oleh penyelenggara survei. Akan tetapi, di bawah kendali media pers yang memublikasikannya, framing dan penonjolan salah satu temuan lebih banyak dipublikasikan yang disesuaikan dengan kepentingan politik ataupun ekonomi masing-masing media.

Beberapa contoh, antara lain Media Indonesia, Selasa 21 Februari 2023, 10:04 WIB memublikasikan hasil survei Litbang Kompas yang diberi tajuk "Hasil Survei: Elektabilitas NasDem Naik 3%". Pilihan fokus pembahasan pada elektabilitas Partai Nasdem yang identik dengan kepemimpinan Surva Paloh pemilik Media Grup, menjadi bentuk komodifikasi hasil survei.

Begitu juga pada publikasi SINDOnews.com, yang berjudul: "Litbang Kompas: Hary Tanoesoedibjo Top Five Ketum Parpol Terpopuler, Polstat: Fenomenal, Partai Perindo 5,1%!", terbitan Kamis, 23 Februari 2023 - 08:52 WIB. Pemilihan angle pemberitaan yang disesuaikan dengan kepentingan politik partai dan sosok Hary Tanoesoedibjo merupakan bentuk komodifikasi dari nilai informasi survei.

Kedua, komodifikasi hasil survei elektabilitas. Pemberitaan pers terkait hasil survei elektabilitas calon presiden dan partai politik kerap kali berbeda dari apa yang seAjang Pemilu 1999 menjadi bukti, ketepatan institusi survei dalam memprediksi. Hanya, pencapaian periode ini tetap berbalut berbagai ketidaksempurnaan, terutama dari sisi kemampuan menerapkan metode dan teknis penyelenggaraan survei yang berbuntut pada kualitas validitas dan reliabilitas yang relatif rendah.

sungguhnya dihasilkan survei. Paling mencolok, tampak dalam menginterpretasikan temuan tanpa mengindahkan konsekuensi metode yang digunakan. Segenap hasil survei yang dilakukan dengan pengambilan sampel, memiliki besaran margin of error dari kondisi populasi sesungguhnya. Akan tetapi, dalam pemberitaan pers, konsekuensi tersebut lebih banyak disingkirkan.

Pemberitaan survei bertajuk "Survei Litbang Kompas: Elektabilitas Puan Maharani di bawah 1 Persen" yang dipublikasikan oleh Kompas.com, 23/02/2022 lalu misalnya, merupakan proses penginterpretasian hasil survei tanpa mengindahkan konsekuensi margin of error survei. Seharusnya, dengan menggunakan margin of error survei sebesar +/- 2,8 persen, maka elektabilitas sosok yang dipublikasikan masih berada di bawah 2,8 persen dan bukan di bawah 1

Paling mencolok, dalam menginterpretasikan keunggulan Partai Perindo atas PAN dan PPP sebagai mana yang dipublikasikan oleh INews.id dan Okezone.com. Padahal dengan hasil survei elektabilitas Perindo sebesar 4,9 persen, PAN sebesar 2,5 persen dengan margin of error sekitar 2,8 persen, belum dapat disimpulkan elektabilitas kedua partai tersebut masih dalam rentang margin of error, dan tidak serta-merta dinyatakan keunggulan Perindo. Namun, dengan kepentingan politik yang diemban media tersebut, maka hasil survei diinterpretasikan sesuai dengan kepentingan politiknya.

Ketiga, komodifikasi metode survei elektabilitas. Tidak semua pemberitaan pers terkait dengan survei elektabilitas menampilkan sisi metodologi. Dalam banyak kasus, bahkan sisi metodologi banyak ditanggalkan, atau jika pun disertakan tidak secara lengkap. Padahal menurut acuan publikasi hasil survei yang distandarkan World Association of Public Opinion Research (WAPOR) 2021, antara lain harus: (1) Menampilkan Identitas Sponsor (Pembiayaan survei); (2) Susunan kalimat pertanyaan; (3) Definisi populasi-sampel; (4) *Margin of Error*; (5) Metode wawancara.

Dari berbagai persyaratan publikasi di atas, mayoritas media pers tidak mencantumkan ataupun bahkan menanyakan identitas sponsor pembiayaan survei. Padahal, pembiayaan menjadi sisi terpenting dalam penyelenggaraan, yang dalam banyak hal justru menjadi motif utama kehadiran survei.

Keempat, komodifikasi dalam seleksi lembaga survei elektabilitas. Menjadi suatu pemandangan yang umum di negeri ini jika menjelang pemilu, kehadiran lembaga survei menjamur. Sebagai gambaran, dalam Pemilu 2019 lalu, KPU memverikasi 40 lembaga survei yang menjalankan quick count. Jelang Pemilu 2024, tidak kurang banyak pula kemunculan lembaga survei yang sebelumnya tidak memiliki track record survei yang baik dan benar.

Menjadi persoalan di sini, justru bagaimana media pers menyikapinya. Sejauh ini, kesan kurang selektifnya media pers dalam memublikasikan hasil berbagai lembaga survei terjadi. Tidak lagi menjadi pertimbangan siapa yang memublikasikan sepanjang materi informasi survei yang dihasilkan mampu merebut perhatian audiens. Hasilnya, kerap terjadi perbedaan hasil survei walapun dilakukan dengan metode dan dalam jangka waktu yang relatif sama. Kondisi demikian, lebih menunjukkan fenomena penegasian survei dengan menampilkan survei lainnya dengan hasil yang berbeda. Inilah fenomena pengkomodifikasian lembaga survei sejalan dengan fenomena survei berbalas survei yang kembali terjadi jelang pemilu.

## **D. Penutup**

Berbagai uraian di atas menunjukkan bahwa media pers sangat berelasi dengan kreasi survei opini publik. Baik dari sisi historis rintisan kemunculan survei opini, kreasi-kreasi keragaman survei yang dilakukan, hingga perkembangan landasan keilmuan yang diterapkan, sejalan dengan kehadiran genre jurnalisme presisi, hingga publikasi survei, tidak akan terlepas dari media pers.

Di negeri ini, relasi antara survei opini publik dan media pers juga terbilang sama eratnya. Tiga periodisasi perjalanan survei, menunjukkan bagaimana media pers mengambil peranan yang signifikan. Akan tetapi, merujuk pada perjalanan sejarah survei di negeri ini, khususnya dalam masa pemilu, kecenderungan komodifikasi pemberitaan survei terjadi. Kali ini upaya pengkomodifikasian survei dalam pemberitaan media pers umum dijumpai dalam pemilihan angle pemberitaan, pemberitaan hasil, metode, hingga seleksi lembaga penyelenggara survei.

Menyuburkan praktik komodifikasi survei dalam ruang-ruang pemberitaan media pers jelas mengingkari idealisme jurnalisme dalam menjalankan fungsi sosialnya. Dalam desakan kepentingan politik dan ekonomi industri yang kian menghimpit, terbilang sulit menghindarinya. Namun, hal demikian dapat dieliminasikan jika paduan antara pemahaman (literasi) dan kesadaran peran para jurnalis sebagai aktor sosial yang merepresentasikan kehendak publik masih dapat diandalkan. Kali ini, Pemilu 2024 menjadi pembuktian.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

**Buku & Jurnal** 

Erikson & Tedin. 2001. American Public Opinion, 6 th ed. New York: Longman.

John G Geer. 2004. Public Opinion and Polling Around the World A Historical Encyclopedia Volume 2. Bloomsbury Academic.

Fuchs, C., & Mosco, V. 2015. Marx and the Polit-

ical Economy of the Media. Brill.

Fuchs, Christian. 2016. Critical Theory of Communication. London: University of Westminster Pres

Meyer, Philip. 2002. Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods. Rowman & Littlefield Publishers.

Mosco, Vincent. 2009. The Political Economy of Communication. AS: Sage.

Sheatsley, B Paul. 1977. "Comments and Letters". Public Opinion Quarterly, Volume 41, Issue 3, Fall 1977, Pages 400-401, https://doi.org/ 10.1086/268398

#### Pemberitaan Media

INews.id. "Elektabilitas Partai Perindo Kalahkan PAN dan PPP, Ini Hasil Survei DPI". (https:// karawang.inews.id/read/199400/elektabilitas-partai-perindo-kalahkan-pan-dan-ppp-ini-hasil-survei-dpi)

Kompas.com. "Survei Litbang Kompas: Elektabilitas Puan Maharani di Bawah 1 Persen" (https:// nasional.kompas.com/read/2022/02/23/08092141/ survei-litbang-kompas-elektabilitas-puan-maharani-di-bawah-1-persen)

Kompas. Jokowi-JK Unggul: 4 Lembaga Survei Unggulkan Prabowo-Hatta, 8 Unggulkan Jokowi-JK. Tanggal 10/7/2014.

Mediaindonesia.com. "Hasil Survei: Elektabilitas NasDem Naik 3%" (https://mediaindonesia.com /politik-dan-hukum/559764/hasil-survei-elektabilitas-nasdem-naik-3)

SINDOnews.com. "Litbang Kompas: Hary Tanoesoedibjo Top Five Ketum Parpol Terpopuler, Polstat: Fenomenal, Partai Perindo 5,1%!" (https:// nasional.sindonews.com/read/1030059/12/litbang-kompas-hary-tanoesoedibjo-top-five-ketum-parpol-terpopuler-polstat-fenomenal-partai-perindo-51-1677114177).

Tribunnews.com. "Elektabilitasnya Salip PAN, Perindo: Kami Senang Tapi Tak Akan Terlena".

(https://www.tribunnews.com/nasional/2022/04/27/elektabilitasnya-salip-pan-perindo-kami-senang-tapi-tak-akan-terlena).

#### \*) Bestian Nainggolan,

kelahiran Jakarta 3 Juli 1968. Peneliti Senior Litbang Kompas, lulusan Program Doktoral Pascasarjana Ilmu Komunikasi UI. Pernah tercatat sebagai Visiting Research Associate di Ateneo de Manila University, Philippines, dan University Kebangsaan Malaysia (2007-2008) dengan kajian: Public Opinion Survey & Mass Media, Comparative study of Political Journalism Practices in Indonesia, Malaysia, Philippines.

## Media dalam Kepungan Survei Elektabilitas

Oleh: A SAPTO ANGGORO \*)



ada perangkat telepon seluler, melalui aplikasi WhatsApp (WA) masuk pesan dari sebuah lembaga survei elektabilitas kontestan Pemilu 2024. Hari itu, pada medio Juli 2023, disampaikan hasil survei elektabilitas beberapa figur publik yang akan berkontestasi dalam pemilu presiden/wakil presiden.

Disebutkan antara lain bahwa Ganjar Pranowo memperoleh 73% pemilih kuat dan 26% pemilih lemah. Sedangkan Anies Baswedan mendapat 61% pemilih kuat dan 34% pemilih lemah, kemudian Prabowo Subianto 59% pemilih kuat berbanding 39% pemilih lemah. Artinya, potensi pemilih Ganjar akan mengalami "goyah iman" relatif

kecil (pemilih lemah 26%) dibandingkan dengan pemilih Anies (pemilih lemah 34%) dan dengan pemilih Prabowo (pemilih lemah 39%).

Informasi semacam ini dikirim oleh penyelenggara survei elektabilitas tersebut tidak hanya sekali, tetapi setiap pekan dengan berbagai varian permodelan dan metodologi survei ke awak media.

Bila informasi seperti ini ditelan mentah-mentah oleh media dan langsung dipublikasikan, karena dilakukan secara massif, maka publik akan menganggapnya sebagai kebenaran. Ini bisa berpotensi memengaruhi pembaca dengan literasi cekak, yang tanpa berpikir panjang langsung telan, bahkan memviralkan tanpa pertimbangan apapun. Akhirnya, hal ini menjadi deposit calon pemilih untuk pemenangan Pemilu (Pilpres) mendatang.

Pemberitaan hal semacam ini dalam kuantitas yang besar di media massa arus utama, yang kemudian diamplifikasi oleh media sosial dengan jangkauannya yang semakin luas terutama karena cara membaca media saat ini melalui gadget, makin menambah runyam situasi. Praktisi media Dahlan Iskan menyebut hal ini sebagai "kebenaran baru", yang mana kebenaran hakiki kalah dari jumlah "kebenaran" yang terakumulasi. Kondisi ini mengingatkan kita pada tesis post truth (pasca kebenaran) yang makin nyata.

Aktualisasi *post truth* menemui jalannya karena keterbatasan literasi publik, di mana informasi mudah dimakan apa adanya tanpa disaring. Bahayanya adalah ketika media arus utama tidak menerapkan proses verifikasi ketat dalam pemberitaan. Terkait hasil survei elektabilitas, media mudah

mengarus pada hasil survei yang makin dilekatkan dengan kampanye terselubung (dibungkus data), sehingga dapat menggelincirkan pembaca. Fungsi kontrol yang mestinya melekat pada media, tidak diaktivasi secara maksimal. Media yang mestinya bisa melihat secara jeli bahwa ada survei yang jadi bagian dari propaganda, tetapi justru menyuguhkannya secara telanjang kepada publik tanpa ada tinjauan kritis, akan melahirkan informasi yang bias.

## Sikap Kritis Media

Mestinya media bisa melakukan proses pre-bunking, proses pre-factum untuk mencegah tersebarnya misinformasi, dalam komunikasi publik terhadap setiap informasi yang masih perlu ditelaah kritis.

Pada saat ini, pada era post truth dengan banyak varian bungkus ketidak jujuran informasi, media tidak cukup mengandalkan jurnalisme presisi saja tanpa sikap kritis. Philip Meyer pada tahun 1969-1970 dengan tinjauannya tentang jurnalisme mengatakan, jurnalisme presisi merupakan kegiatan jurnalisme yang dibarengi kegiatan penelitian terhadap isu-isu yang diangkat dengan menggunakan metoda penelitian sosial empiris, sehingga hasil jurnalistik dapat dibuktikan secara ilmiah dan bukan sebagai penilaian subjektif semata (objektif).

Saat ini jurnalisme presisi tidak cukup dengan perangkat sederhana, tapi harus ditunjang dengan laboratorium atau tools untuk memastikan keasilan tulisan, gambar, dan video sehingga bisa dipertanggungjawabkan untuk pemberitaan. Dengan perangkat teknologi, aplikasi, kita bisa melacak sumber utama dari konten tersebut. Bisa ditelusuri dengan mengecek metadata yang ada pada sumber data yang menempel gambar/video tersebut.

Apa yang terjadi hari ini, adalah mendekati apa yang pernah disampaikan Benjamin Desraeil, politisi Inggris (1805) yang melakukan kategorisasi kebohongan dalam tiga tingkatan yaitu bohong, sangat bohong, dan berbohong memakai data. Secara tingkatan, berbohong dengan sengaja menggunakan data memiliki daya rusak besar.

Dalamkesepakatan di UNESCO, ada dua pengelompokan mengenai fake news (berita palsu), yakni misinformasi dan disinformasi. Misinformasi adalah informasi salah yang disebarkan secara tidak sengaja oleh orang yang sekadar meneruskan (forwarding) meski tak paham apa isi pesan tersebut. Sedangkan disinformasi adalah tindakan yang disengaja menyampaikan informasi yang salah dengan niat sejak dalam pikiran untuk mengacaukan keadaan. Caranya bisa dilakukan dari yang kasar, vulgar, membabibuta sehingga (mudah) diketahui kedok dan biang keroknya. Namun yang lebih bahaya adalah yang dilakukan dengan cara halus. Misalnya ada doa-doa atau puisi indah dinyatakan bahwa penulisnya KH Mustafa Bisri padahal beliau tidak menulis hal dimaksud. Beberapa kali juga nama BJ Habibie dicatut untuk memberikan informasi atau inspirasi yang bukan buatan mantan Presiden RI tersebut. Justru yang tersamar dan halus ini, tidak terdeteksi bahkan lolos dari debunking (menolak klaim informasi) maupun prebunking (aksi preventif sebelum debunking) oleh para aktivis cek fakta Indonesia.

Karena pengaruh media masih sangat besar terhadap sikap khalayak, terlebih bila kontennya berkolaborasi baik secara sengaja atau tidak sengaja dengan media sosial, maka diperlukan upaya untuk membuat media pers lebih kritis. Independensi adalah satu hal, daya kritis adalah hal lain untuk memperkuat independensi media, sehingga produk dari newsroom bisa dipertanggungjawabkan, tak sekadar untuk mencari traffic atau rating semata. Di sinilah sosial media menjadi tanggungjawab penting.

## **Propaganda Terselubung**

Bila survei dapat menjadi bagian dari propaganda terselubung - bahkan ada yang menyebut terang-terangan - maka dalam konteks pemilihan umum dan kaitannya dengan tindakan propaganda, tentu kita tak bisa melewatkan pesan-pesan penting dari Noam Chomsky, filsuf, ilmuwan kognitif, aktivis politik Amerika yang kritis pada propaganda dan pemilu.

Dalam buku karya klasiknya tentang media, propaganda, politik dan demokrasi yang berjudul Politik Kuasa Media (terjemahan dari The Spektakular Achievements of Propaganda), Chomsky dengan jelas mengungkapkan bahwa media memiliki kuasa dalam diskursus politik publik. Bahkan kekuatan dan efeknya bisa signifikan. Sehingga kalau media terjebak oleh pencitraan kontestan pemilu yang dibungkus oleh survei elektabilitas bisa

#### PERS SEBAGAI HAK ASASI MANUSIA

- 1. Sebagai wujud civil/individual right
  - Freedom of expression
  - Freedom of speech
  - Freedom of press

- 2. Sebagai wujud HAM sosial (social rights)
- Hak masyarakat mendapat informasi
- Memberi informasi adalah individual rights (orang bebas bersuara)
- Mendapat informasi adalah hak publik

berbahaya, karena upaya untuk menghadirkan pemimpin yang berkualitas dari proses demokratis dapat dikalahkan oleh popularitas semata. Apalagi popularitas itu hasil dari pembentukan citra yang terwujud dari akumulasi dari percakapan media pers dan media sosial.

Chomsky dalam bukunya memberi contoh percakapan antara bajak laut dengan armada pasukan resmi. Saat bajak laut tersebut tertangkap dia mengajukan keberatan terhadap pasukan laut: "Mengapa saya yang kecil disebut perampok, sementara Anda yang mengambil upeti dalam jumlah besar disebut pahlawan."

Oleh Chomsky dialog tersebut dielaborasi, bahwa peristiwa bisa memiliki premis berbeda. Ini menunjukkan pada kita bagaimana media massa dapat dijadikan alat yang ampuh dalam perebutan makna. Mereka yang berhasil membangun citra akan mendapatkan legitimasi publik yang sesuai dengan apa yang mereka ingin, atau sebaliknya.

Dalam konteks membangun citra ini, kita tahu bahwa pada Pemilu 2014 dan 2019 bagaimana pencitraan memberikan dampak luar biasa. Pertarungan di media sosial dan media arus utama, dan kontennya, benar-benar direncanakan, sehingga sampai pakaian para personel kontestan pemilu dan setting lokasi pun menjadi pertimbangan ketat. Demi citra vang perfek.

Selain itu, ada *influencer* (pemengaruh) dan buzzer (pendengung). Selama ini influencer identik dengan orang yang memiliki value dan kecerdasan tertentu, menyampaikan informasi sesuai dengan bidangnya, maka publik percaya terhadap info tersebut. Misalnya dunia otomotif ada Fitra Eri, kalau dunia film ada Cinema Poetica, dan lain-lain. Sedangkan pendengung adalah mereka yang memiliki akun dengan jumlah follower signifikan dengan konten bahkan random, tapi ikut meneruskan informasi yang sudah dirancang untuk didengungkan ke audiensnya. Hasil dengungan itu kemudian diukur, dicatat, dijadikan ukuran untuk kalkulasi dan kapitalisasi. Ujungnya, klaim.

Beberapa aktivis yang anti pencitraan menurut *The Conversation* (https://s.id/ theconversation-Deinfluence) saat ini sudah mulai jengah dan melakukan gerakan deinfluencing: merujuk pada kegiatan memengaruhi seseorang untuk berhenti membeli suatu produk atau setidaknya seseorang bisa berpikir dua kali ketika ingin membeli sebuah produk. Singkatnya, deinfluencing adalah mencegah orang-orang untuk membeli produk viral karena ternyata tidak sebanding dengan klaimnya.

Yang menjadi obyek penelitian adalah pengguna Tiktok, karena saat ini daya viralnya massif. Meski ini baru sebatas kasus TikTok dan tentang produk, bisa saja meluas ke hal lain, termasuk ke masalah capres dan caleg. Gerakan *deinfluencing* ini menjawab adanya kelelahan pada upaya terus-menerus menjaga citra, apalagi yang jauh dari fakta. Konsumen capek dengan banyak yang dibesar-besarkan dan membuat mereka mengonsumsi meski tidak membutuhkan. Mereka jauh dari otentisitas (keaslian).

Di Filipina Tiktok menjadi salah satu faktor terpilihnya Ferdinand Marcos Jr. (Bongbong) sebagai Presiden Filipina menggantikan Duterte. Bongbong banyak mengoptimasi informasinya di Tiktok yang sebagian besar anak muda. Para mlienial tidak mengenal Marcos senior yang lekat dengan berbagai skandal korupsi yang merugikan negara saat berkuasa. Kalaupun mereka tahu, tidak peduli dan tetap memilih orang populer yang menguasai Tiktok, yakni Bongbong. Dengan kekuatan finansialnya, Bongbong mengaktivasi follower-nya di berbagai akun buatannya, untuk mendapatkan simpati pendukung sebanyak-banyaknya sehingga akhirnya terpilih menjadi Presiden Filipina. Ia berhasil mengembalikan kekuasaan ayahnya, Ferdinand Marcos, yang tumbang setelah peristiwa people power pada pertengahan 1980-an.

Teknologi informasi dan media selalu memengaruhi proses pemilihan presiden. Maka tidak salah bila ada yang menyampaikan bahwa teknologi sebagai faktor penaik tahta seseorang. Ketika masih era radio, Bung Tomo berpidato di RRI Surabaya membakar semangat arek-arek Suroboyo untuk mengusir penjajah yang ingin kembali pada 14 November 1945, tak lama setelah Indonesia merdeka 17 Agustus 1945.

Dalam Perang Teluk antara Amerika dengan Irak masyarakat Amerika stress setiap kali tentara Irak memamerkan video atau foto tentara AS yang dibunuh atau disiksa. Tetapi melalui pemberitaan berkali-kali dan berulang-ulang tentang klaim (bisa jadi sepihak) dari Amerika dan sekutunya bahwa mereka menguasai wilayah baru, dunia pun meyakini bahwa tentara Irak pro Saddam terdesak dan Amerika menang.

Pesan pendek alias SMS juga sempat meramaikan dan menjatuhkan Marcos dan menaikkan Cory Aquino yang didukung Gereja, di Filipina. Pesan singkat mengajak masyarakat berkumpul di Makati¹ harus dijawab dengan satu huruf misalnya "tekan 1" sedangkan kalau menolak tekan lebih dari satu huruf, tentu saja banyak pilih yang simple.

Di Hongkong, dalam demonstrasi melawan Pemerintah Cina, para demonstran mengorganisasi diri juga dengan cara memanfaatkan kecanggihan teknologi. Setidaknya ada dua platform media sosial yang memainkan peran penting dalam aksi demonstrasi, yakni LIHKG (semacam forum online di Hong Kong) dan aplikasi Telegram.

Teknologi selalu berhubungan erat dengan gerakan massa, tak terkecuali dalam

<sup>1</sup> Makati adalah suatu kawasan di Meto Manila, Filipina, yang menjadi salah satu tempat berunjuk rasa terhadap Presiden Ferdinand Marcos pada pertengahan 1980an (ed.)

Pilpres-Pileg yang akan berlangsung tahun 2024, dan sudah dimulai sejak sekarang. Lalu apa kaitan media arus utama dengan jebakan elektabilitas?

Belajar dari teori propaganda seperti diungkapkan Chomsky, dapat disampaikan di sini perlunya publik menyadari bahwa survei elektabilitas tidak selalu menjawab kebutuhan bangsa dan negara. Survei elektabilitas hanya memberikan gambaran tentang seberapa populer seseorang atau partai politik kontestan pemilu di mata masyarakat pada saat survei dilakukan. Namun, survei elektabilitas tidak dapat menjamin kinerja calon atau partai politik tersebut di masa depan. Lebih tepatnya, survei elektabilitas bisa jadi hanya menjadi bagian dari manufacturing pendapat publik, meski menggunakan metodologi akademis yang bisa dipertanggungjawabkan.

## Media dan Perebutan Makna

Bila kita sepakat dengan pilihan demokrasi, sebenarnya demokrasi menyuburkan kebebasan manusia dalam mengemukakan pendapat dari berbagai sudut pandang.

Chomsky melihat ada dua konsepsi tentang demokasi yang saling berlawanan. Yaitu kosepsi ideal tentang demokrasi yang menyatakan bahwa masyarakat demokratis adalah masyarakat yang memiliki sarana untuk berpartisipasi melalui beberapa cara yang bermakna dalam pengelolaan urusan mereka sendiri dan sarana informasi yang terbuka dan bebas. Di pihak lain ada konsepsi yang berlaku (prevailing) adalah bahwa publik harus dilarang mengelola

urusan mereka sendiri dan sarana informasi harus dijaga ketat dan dikontrol secara keras.

Berkaitan dengan konsepsi demokrasi yang berlaku, pada era hari ini menjadi relevan mencermati bagaimana kontrol kekuasaan terhadap media sosial. Terlebih media sosial yang karena erat kaitannya dengan algoritma teknologi informasi bisa dijadikan senjata untuk menunggangi demokrasi. Misalnya, algoritma dipakai untuk hanya memunculkan nama calon tertentu agar selalu di posisi atas popularitasnya. Itu bisa saja.

Kembali ke isu pemilihan presiden dan pemilihan legislatif (14 Februari 2024) dan pemilihan kepala daerah yaitu gubernur, bupati dan walikota (November 2024), yang masih sangat rawan dengan propaganda. Varian bungkus propaganda tak cuma terjadi di media sosial, tapi juga media arus utama yang dikenal ketat menjaga kredibiltas dengan melakukan verifikasi berjenjang. Selama ini bungkus survei elektabilitas dianggap paling renyah dimakan media arus utama karena memberi bobot dan kesan intelektual. Meski ada cibiran "tergantung yang bayar", tetap saja calon yang terdesak menolak dengan mengatakan, bahwa hasil pilgub beda antara survei dengan empiris.

Presiden Joko Widodo sejak permulaan secara resmi menyampaikan bahwa dirinya ikut cawe-cawe dalam Pilpres karena menurutnya pemimpin yang bertanggungjawab harus memastikan pemimpin selanjutnya. Ini untuk memastikan pembangunan yang telah dirintisnya selama 10 tahun. Dia tak yakin bahwa Undang-undang Ibu Kota Negara (IKN) cukup untuk menjaga sustainability.

Cawe-cawe tentu saja bisa menjurus ketidaknetralan panitia pelaksana yang terlibat dalam pemilu dan mempengaruhi independensi media. Mengapa, karena ketika sejak awal pemimpin negara berpihak, maka resource SDM dan logistik akan terpengaruh. Kedua hal ini juga tak lepas dari soal komunikasi dan tepatnya propaganda. Karena propaganda memerlukan kecakapan SDM dan biaya yang tak murah.

Chomsky dalam konteks ini mengingatkan mengenai Presiden AS Wodrow Wilson (1916) yang mengusung narasi "Perdamaian Tanpa Penaklukan", kesannya cakep banget. Hal itu terjadi di tengah situasi Perang Dunia I, di mana waktu itu rakyat Amerika sangat anti-perang dan mereka merasa tidak berkepentingan untuk terlibat dalam Perang Eropa yang sedang hiruk-pikuk.

Tapi di luar pengatahuan masyarakat AS, Wilson terlibat dan punya peran dalam perang tersebut. Wilson membentuk tim propaganda resmi pemerintah, Committee. Dalam waktu 6 bulan komisi ini bisa memutarbalikkan situasi dengan komunikasi bahwa perang adalah keniscayaan. Lalu, tetiba masyarakat AS jadi bersemangat dan supportif untuk perang, lalu Wilson pun tampil jadi pahlawan kala itu.

Dari kasus ini bisa ditarik kesimpulan bahwa propaganda media, jika dikelola oleh pemerintah dan didukung oleh kelas intelektual, termasuk media arus utama, pengaruhnya akan sangat besar. Cara-cara tersebut disinyalir masih berjalan hingga kini.

Noam Chomsky menunjukkan pada kita semua, bahwa media massa juga dapat dijadikan sebagai alat yang ampuh dan manjur dalam perebutan makna. Siapa yang berhasil membangun citra, akan mendapatkan legitimasi publik, seperti yang 'mereka' inginkan. Media yang terjebak pada hal positif dan negatif melupakan sifat skeptis dan berfikir kritis, akan masuk dalam jebakan propaganda, tidak menutup kemungkinan informasi survei elektabilitas yang menyesatkan. Untuk itu pers perlu waspada dan tetap waras menjaga kualitas demokrasi yang sehat untuk mendapatkan pemimpin berkualitas.

#### Daftar Rujukan

- https://s.id/Chomsky-Propaganda
- https://s.id/theconversation-Deinfluence
- https://s.id/Meyer-J-Presisi
- https://www.britannica.com/biography/ Benjamin-Disraeli
- \*) Atmaji Sapto Anggoro saat ini adalah Anggota Dewan Pers periode 2022 - 2025. Posisinya yaitu sebagai Ketua Komisi Penelitian, Pendataan dan Ratifikasi Pers. Sapto merupakan anggota sekaligus pendiri Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI) dan Sekretaris Jenderal Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI) periode 2012 - 2015. Sapto turut membangun portal berita detikcom, pendiri media monitoring Binokular, portal berita Tirto.id, dan Padepokan ASA yang bergerak di bidang sosial, pendidikan dan kebudayaan. Sepanjang kariernya, Sapto telah menerbitkan dua buah buku, Legenda Media Online (detikcom); dan Mantra Justru.

# **Jurnalisme Data** dalam Peliputan Pemilu 2024



Oleh: WAHYU DHYATMIKA

omen politik penting dalam siklus demokrasi kita adalah pemilihan umum. Dalam kompetisi terbuka yang diadakan setiap lima tahun, warga negara beramai-ramai memilih figur yang dinilai tepat untuk menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat di tingkat kabupaten/kota, provinsi dan pusat, serta presiden dan wakil presiden. Karena menyangkut sebuah pilihan, maka latar belakang informasi yang mendasari pengambilan keputusan warga pada momen pivotal itu menjadi amat krusial.

Ketika mendapat informasi yang tidak faktual, tidak akurat, dan tidak kredibel mengenai para kandidat, maka amat besar kemungkinan warga justru memilih calon yang tidak sesuai dengan aspirasi dan kebutuhannya. Dengan begitu, agar warga bisa benar-benar memutuskan pilihan politik yang sesuai dengan hati nuraninya, maka Pemilihan Umum mensyaratkan adanya sebuah mekanisme yang memungkinkan kandidat dan partai politik tahu dan paham kebutuhan pemilih, dan sebaliknya: pemilih tahu dan paham posisi dan janji para kandidat.

Sayangnya, saat ini mekanisme yang penting itu justru belum terbentuk dengan sempurna. Para calon wakil rakyat dan bakal calon presiden belum mengumumkan dengan mendetail apa saja prioritas kerjanya dan visi mereka soal Indonesia lima tahun ke depan. Pada saat yang sama, apa saja keresahan publik serta mana isu tergenting dan terpenting dalam agenda khalayak ramai, juga belum banyak mendapat perhatian.

Walhasil, tidak berlebihan jika banyak orang menyambut momen Pemilu 2024 dengan harap harap cemas. Apalagi, pengalaman pemilu-pemilu sebelumnya menunjukkan momen politik ini kerapkali justru menjadi awal polarisasi ekstrem yang tidak rasional dan cenderung tidak produktif. Selain itu, ekosistem informasi kita di era digital ini juga masih rawan disusupi penumpang gelap yang menyebarkan misinformasi, disinformasi dan malinformasi. Seberapa kuat ketahanan ekosistem informasi kita dalam menghadapi serangan hoaks politik yang kian gencar menjelang pemilu, masih perlu diuji lebih jauh.

#### **Jurnalisme Data**

Dengan konteks seperti itu, jurnalisme data bisa menjadi solusi. Jika redaksi media massa di Indonesia konsisten menerapkan jurnalisme data dalam peliputan Pemilu 2024, maka sebagian dari persoalan di atas sedikit banyak bisa dijawab. Genre jurnalisme yang menggunakan data sebagai basis peliputan dapat menjadi solusi untuk kebutuhan publik memahami semua posisi kebijakan dan prinsip fundamental para kandidat dan partai politik. Rekam jejak para kandidat, koneksinya dengan elite dan penguasa politik ekonomi dewasa ini maupun di masa lalu, serta perjalanan karir dan pencapaian mereka di posisi publik sebelumnya, bisa diolah menjadi sebuah liputan jurnalistik berbasis data yang niscaya bakal menjadi sumber informasi penting buat pemilih sebelum datang ke bilik suara.

Pada saat yang sama, jurnalisme data juga bisa memotret kebutuhan dan aspirasi pemilih sesuai area konstituen dan demografi penduduknya. Tak hanya menunjukkan kondisi terkini, jurnalisme data juga bisa mengungkapkan bagaimana pemilu-pemilu sebelumnya berperan (atau justru tidak berperan) dalam menjawab persoalan-persoalan *urgent* yang dihadapi warga sehari-hari. Ditambah dengan hasil survei terbaru dari lembaga polling yang kredibel, analisis redaksi atas kecenderungan pemilih pada area tersebut akan menjadi bahan kajian yang penting untuk tim kampanye para kandidat dan partai politik. Ketika kompetisi politik didesain untuk benar-benar menjawab kebutuhan pemilih, maka kepentingan khalayak ramai akan diuntungkan.

Jika kita menengok pengalaman di negara tetangga, praktik jurnalisme data sudah lazim digunakan untuk peliputan pemilu yang kredibel dan sahih. The Guardian, sebuah koran tua dengan sejarah jurnalistik yang panjang dari Inggris, rutin mempublikasikan Election Swingometer dalam liputan pemilunya. Dengan tampilan yang mudah dipahami, redaksi the Guardian menganalisis hasil-hasil pemilu sebelumnya, lalu meramunya dengan hasil polling terbaru, untuk memprediksi kemenangan atau kekalahan calon dari partai penguasa (incumbent party).

Di Amerika Serikat, selain koran-koran mainstream seperti New York Times dan Washington Post, situs digital yang dikenal dengan liputan politik berbasis data adalah FiveThirtyEight. Redaksi di media ini selalu punya analisis statistik terbaru berbasis data yang mereka punya. Redaksi situs ini juga terkenal mampu memprediksi hasil pemilu dengan akurat, berbasis kekayaan data hasil pemilu yang mereka miliki.

Tak jauh dari kampung halaman, di negeri jiran, ada MalaysiaKini. Sejak 10-15 tahun terakhir, redaksi media ini selalu menerbitkan liputan khusus mengenai pemilu dengan visualisasi data yang menarik. Mereka juga memproduksi game interaktif untuk meningkatkan engagement dengan pembaca sekaligus menyosialisasikan pentingnya pemilu. Dalam setiap artikel politiknya, MalaysiaKini juga menyertakan simulasi-simulasi mengenai berbagai skenario hasil pemilu untuk membuat pemilih menyadari pentingnya suara mereka dalam mempengaruhi arah politik negerinya.

Ada banyak kelebihan teknik jurnalisme data dalam memberitakan Pemilu. Liputan politik dengan jurnalisme data bisa menghindarkan redaksi dari perangkap bias dan ketakberimbangan ketika mengangkat sebuah isu yang sedang hangat dibahas di masyarakat. Dengan data sebagai bahan analisis, redaksi tidak perlu memberi ruang terlalu besar untuk tafsir-tafsir lain atas realitas yang biasanya disuarakan para narasumber dari tim kampanye para kandidat. Kita tahu, komentar dari tim kampanye tentunya punya motif politik masing-masing. Kepekaan redaksi untuk selalu memeriksa sumber data, metode pengumpulan serta teknik analisa data juga akan membantu media menghasilkan sebuah artikel yang berimbang, kritis dan independen.

### Di Indonesia

Di Indonesia sendiri, liputan jurnalisme data pada pemilu masih berkutat pada dua hal: liputan hasil survei dari lembaga polling dan upaya pemeriksaan fakta atas klaim para kandidat. Makin dekat dengan hari pemungutan suara, secara berkala media umumnya akan rajin memuat rilis dari lembaga survei mengenai hasil jajak pendapat tentang popularitas para kandidat. Sayangnya, berita di media kita cenderung tidak mencantumkan penjelasan atau disclaimer mengenai jumlah sampling, serta metode analisisnya. Selain itu, konteks di balik naik turunnya performance kandidat dalam polling juga jarang dikupas. Akibatnya, liputan media di Indonesia mengenai pemilu kerap terjebak menjadi "horse race report-

ing". Model liputan seperti ini tidak terlalu banyak bermanfaat untuk publik karena memang tidak fokus pada upaya mempertemukan kebutuhan pemilih dengan visi kandidat.

Sedangkan dalam liputan cekfakta, peran media memang vital untuk membongkar mis/disinformasi, namun daya jangkau dari artikel anti hoaks yang dibuat redaksi, juga masih rendah. Deteksi dini atas hoaks yang beredar serta perlu diperiksa kerap terlambat karena harus melalui sistem yang berlapis di berbagai platform digital dan media sosial. Dibutuhkan kolaborasi yang lebih erat antara media, penyelenggara pemilu dan platform digital untuk memastikan produksi artikel cekfakta bisa menandingi kecepatan dan luasnya peredaran mis/disinformasi. Karena itu, penguatan kapasitas redaksi dalam memproduksi jurnalisme data untuk peliputan Pemilu 2024 mutlak diperlukan. Enam tahapan dalam produksi jurnalisme data yakni: perumusan angle/pertanyaan liputan, pencarian data, pengambilan data, pembersihan data, analisis data dan visualisasi data, bisa dilatih dalam lokakarya intensif yang diikuti praktik peliputan. Peran asosiasi seperti Aliansi Jurnalis Independen (AJI) yang selama ini intensif mendorong implementasi jurnalisme data bisa dioptimalkan. Dewan Pers bisa menawarkan insentif berupa beasiswa peliputan dan awards untuk media yang paling konsisten menggunakan teknik jurnalisme data dalam liputan pemilunya.

Belum terlambat untuk berbenah. Jika semua pemangku kepentingan pers menyadari urgensi dari peningkatan kualitas liputan Pemilu 2024 di media kita, maka

segenap sumber daya seharusnya dapat dikerahkan untuk mendorong redaksi media, di level daerah maupun nasional, untuk menerapkan jurnalisme data. Ekosistem informasi yang kredibel, faktual, dan akurat akan menjadi kunci untuk sebuah proses pemilu yang jujur, adil, serta mampu menghasilkan pemimpin yang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi khalayak ramai.

\*) Wahyu Dyatmika, lahir di Denpasar, Bali, 45 tahun lampau. Saat ini sebagai Direktur Utama PT Info Media Digital, penerbit situs berita Tempo.co dan sejumlah website di grup Tempo Digital. Sebelumnya sebagai Pemimpin Redaksi Tempo. co (2017-2019) dan Pemimpin Redaksi Majalah Tempo (2019-2021). Lulusan Ilmu Komunkasi, FISIP. Universitas Airlangga, Surabaya dan S-2 di Media, Art and Design School, jurusan International Journalism, University of Westminster, London, UK, ini menghabiskan sebagian besar karir jurnalistiknya di kompartemen investigasi Majalah Tempo Atas karya jurnalistik investigasinya ia memperoleh Mochtar Lubis Award dan Apresiasi Jurnalis Jakarta dari Aliansi Jurnalis Independen (AJI). Pada 2014, mengikuti program Nieman Fellowship di Harvard University, Cambridge, AS, untuk wartawan paruh karir yang hendak mendalami kembali aspek akademis dari dunia jurnalisme.

## Menilik Netralitas Lembaga Penyiaran Publik dalam Pemberitaan Pemilu

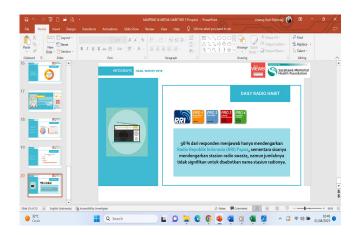
Oleh: LINTANG RATRI RAHMIADJI \*)



ekitar tahun 2019, pada serangkaian observasi dan wawancara mendalam dalam rangka riset "Media Habit dan Media Mapping 5 Provinsi Rentan Kusta" (Rahmiaji, 2019), di Jayapura, Papua, terjalin percakapan menarik yang mematahkan beberapa prasangka "common sense" penulis. Diantaranya adalah fakta perbedaan pola penggunaan media pada masyarakat di luar kota-kota besar di Indonesia yang menjadi dasar penentu selera pasar versi Nielsen Media Research selama bertahun-tahun (Katadata, 2022).

AR, remaja berusia 19 tahun, adalah seorang mahasiswa di Papua, sepanjang perjalanan menuju Jayapura menyalakan radio. Ketika ditanya mengenai preferensi radio, ia menjawab tegas, RRI atau Radio Republik Indonesia. Lebih jauh AR menjelaskan bahwa hanya RRI yang jernih suaranya dan banyak informasi yang disiarkan. Sementara untuk hiburan lagu, ia dapatkan dengan mengunduh dari internet. Jawaban AR tentu mengejutkan di tengah hiruk pikuk transformasi media di wilayah pusat Indonesia dan fenomena ditinggalkannya media konvensional menuju media baru (Abdullah, 2018; Romadhoni, 2018). Belum soal fenomena sejak era reformasi TVRI dan RRI tak lagi menjadi media preferensi utama, terutama bagi generasi muda (Rastuti, 2012), sehingga tidak mengherankan banyak kajian mengenai RRI rentang 2019-2023 adalah tentang strategi meningkatkan minat pendengar baik di Manado, Mataram, Padang, Medan dan Surakarta (lihat Palit dkk, 2019; Zahra, 2020; Soekowati dkk, 2021; Alfajar, 2021; Amalia dkk, 2023).

Fakta bahwa RRI masih menjadi media utama, bahkan di kalangan remaja, menjelaskan secara jernih dan lantang, Jakarta bukan Indonesia. Hal ini sekaligus mengkritisi hasil survei Nielsen Media Research yang cenderung melipat Indonesia ke dalam 10 kota besar saja. Data ini diperkuat dengan hasil survei pada 400 responden, menggunakan multi stage cluster sampling, masyarakat Papua (Kota Jayapura, Kabupaten Jayapura, Kabupaten Mimika, dan Kabupaten Merauke) terkait media radio yang paling sering didengarkan (Rahmiaji, 2019).



Gambar 1. Daily Radio Habit Provinsi Papua (Asia View, 2019).

Dominasi RRI juga ditemukan di Manado, Maluku Utara, NTT, dan Jawa Timur. Untuk Jawa Timur, fakta ini juga memberikan *insight* menarik, mengingat RRI adalah radio pilihan kedua setelah Suara Surabaya (Rahmiaji, 2019). Data ini masih konsisten dengan survei Kementerian Kominfo bersama Katadata Insight Center (2022), bahwa dari 10.000 orang responden yang tersebar di 514 kabupaten/kota di 34 provinsi Indonesia, sebanyak 35,7% menyatakan stasiun radio yang paling banyak diakses adalah RRI. Tidak hanya itu, sebanyak 40,6% responden dari total responden pendengar radio di tahun 2021. menyatakan RRI adalah radio yang paling dipercaya dalam pencarian indormasi.

Namun demikian, jumlah signifikan ini perlu disandingkan dengan data pengguna media radio di Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (dataindonesia.id, 2022) menyebutkan bahwa terjadi penurunan jumlah pendengar radio dari 12,73% di 2018 menjadi 9,85% di tahun 2021 dari total jumlah penduduk Indonesia. Hal yang sama

dengan jumlah penonton televisi yang turun dari 93,21% di tahun 2018 menjadi 86,96% di tahun 2021. Data juga menunjukkan berdasarkan usia, penonton terbanyak ada di rentang 5-17 tahun, dan menurun seiring bertambahnya usia penonton televisi.

Berbanding terbalik dengan televisi, pendengar radio terbanyak justru berusia senja, dan semakin turun seiring semakin muda usianya. Pada 20 tahun yang lalu, di tahun 2003, jumlah pendengar radio mencapai 50,29% (Katadata.id, 2019). Bahkan jika merujuk pada survei Kominfo dan Katadata Insight Center (2022), hanya 4% penduduk indonesia yang menggunakan radio sebagai bahan informasi. Artinya, meski RRI menjadi pilihan utama di 5 provinsi yang diteliti, jumlah pendengar radio sendiri memang sudah menurun.

Bagaimana dengan TVRI? Masih merujuk pada penelitian LR Rahmiaji (2019), di Papua, Sulawesi Utara dan NTT khususnya Kupang, TVRI masih punya penonton meski tidak signifikan, bahkan di Jawa Timur, dan Maluku Utara, terlalu sedikit sehingga tidak tersebut dalam data. Dua alasan utama, kompetisi di pasar televisi memang tidak adil untuk TVRI. Di Indonesia meskipun jelas kebijakan dalam UU No.32 2002 tentang jangkauan siaran nasional, hanya TVRI yang boleh bersiaran nasional, sementara lembaga penyiaran swasta harus berjejaring, tidak pernah dilaksanakan sejak diundangkan yang kemudian dilibas UU Omnibus Law dengan melegalkan praktik oligarki penyiaran atas nama pertumbuhan investasi ekonomi. Kedua, secara infrastruktur di negara kepulauan seperti Indonesia memang challenging. Di Maluku Utara,

terutama di Tobelo, Halmahera Utara, kantor jaringan TVRI mati suri, bahkan di NTT, tepatnya Sumba Barat Daya, TVRI dan RRI tidak memiliki kantor perwakilan.

Namun demikian sebagai media lokal, di Papua misalnya, TVRI Jayapura adalah satu-satunya stasiun TV lokal yang bisa menjangkau seluruh wilayah provinsi Papua, karena menggunakan satelit. Maka selama penduduk Papua di pegunungan mempunyai parabola, mereka bisa menangkap siaran TVRI Jayapura. Sebagai tambahan informasi, masyarakat Papua pada umumnya terbiasa menggunakan parabola dan atau TV Kabel untuk menonton televisi. Jarang sekali yang mempunyai antena teresterial. Mereka di pegunungan umumnya mempunyai antena parabola dan yang di wilayah perkotaan seperti Jayapura, Merauke, Timika menggunakan TV Kabel. Di wilayah Merauke, ada 3 TV lokal, yaitu TV Merauke milik Pemerintah Daerah, KMTV (swasta) dan KompasTV Merauke. TV Merauke lebih banyak menampilkan seremoni kegiatan Pemerintah Daerah Merauke dan KMTV sedang tidak beroperasi. Sementara Kompas TV Merauke mempunyai jam siaran lokal dari pukul 07.30 - 09.00 WIT dengan berita lokal, feature dan acara rohani. Selebihnya adalah relay dari program siaran nasional KompasTV dari Jakarta.

Data memprihatinkan mengenai jumlah penonton TVRI ini menarik jika disandingkan dengan data terbaru tentang "Merek Media yang Paling Dipercaya Responden" (Katadata.id, 2023). Data dalam artikel tersebut merujuk pada hasil riset "Digital News Report 2023" yang dilakukan Reuters Institute, terhadap 2.012 responden di Indonesia. Disebutkan bahwa merek media massa yang paling dipercaya di Indonesia adalah Kompas. Menyusul kemudian, CNN dengan 68% responden, TVRI 66%, SCTV Liputan6 (64%), Detik.com (63%), lalu Tempo dan TVOne (masing-masing 60%) responden. Survei Reuters Institute juga menemukan bahwa sebanyak 39% responden Indonesia mengakui percaya pada sebagian besar berita yang beredar.

Data Konsumsi Media dan Data Tingkat Kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap RRI dan TVRI menjadi penting ketika mengkaji keberadaan TVRI dan RRI di tengah pusaran ekonomi dan politik media di Indonesia. Terutama dalam konteks pemberitaan politik yang sudah mulai memanas, yakni terkait Pemilu 2024. Hal ini karena posisi keduanya menurut UU Penyiaran No. 32/2002 adalah sebagai lembaga penyiaran publik di Indonesia. Lembaga Penyiaran Publik atau Public Service Broadcasting merupakan implementasi penyelenggaraan penyiaran di negara demokratis, sebuah institusi/lembaga penyiaran radio dan televisi baik analog maupun digital, dapat berskala nasional atau lokal, yang bersifat independen, non-profit, dapat didirikan oleh negara, asosiasi atau kelompok masyarakat untuk tujuan pemberdayaan kepada publik (Masduki dan Darmanto, 2016). Definisi ini kemudian memiliki konsekuensi logis bahwa TVRI dan RRI semestinya bebas dari campur tangan kepentingan ekonomi dan politik, menjamin terpenuhinya kebutuhan publik dengan jaminan keberagaman konten, kebebasan redaksional, dana yang memadai, terbuka juga akuntabel (Banarjee dalam Masduki dan Darmanto, 2016). Di

mana publik berarti siapapun yang menjadi warga negara di suatu negara tempat beroperasinya LPP tanpa terkecuali.

Perihal independensi dan netralitas TVRI dan RRI sebagai lembaga penyiaran publik memang selalu dipertanyakan karena instrumentalisasi politik sangat kuat dalam sejarah RRI dan TVRI, sebelum kemerdekaan RRI adalah ikon perlawanan, lalu menyublim menjadi agen propaganda selama masa Orde Lama dan Orde Baru, TVRI dan RRI adalah pengendali hegemoni informasi di bawah kementerian penerangan (pemerintah). Pascareformasi, TVRI dan RRI masih harus tunduk pada regulasi-regulasi antidemokrasi (Kristiawan dalam Masduki dan Darmanto, 2016). Kondisi ini tampak pada UU Omnibus Law, atau kebijakan pendanaan LPP yang masih di bawah anggaran Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Dalam wawancara terkait indeks kemerdekaan pers di media lokal Jawa Tengah tahun 2023, salah seorang narasumber dari RRI Jawa Tengah menjelaskan bahwa dampak dari pembiayaan APBN, maka tone pemberitaan tidak secara frontal 'melawan' pemerintah. Memang tidak ada aturan secara khusus, namun lebih pada kebijakan redaksi, pemberitaan mengenai kinerja pemerintah, misalnya, cenderung positif, tetap cover both sides namun senada dengan suara pemerintah. Jika berbeda dengan data pusat, maka ide atau gagasan pemberitaan cenderung ditolak, jarang sekali inisiatif angle atau materi pemberitaan datang dari daerah. Pada isu-isu yang sensitif RRI memiliki self cencorship yang ketat. Selain dari RRI Pusat, masih juga ada tekanan dan intervensi dari instansi lainnya. Fenomena ini kemudian menjelaskan bahwa kebebasan pers hari ini berada dalam penjara kepentingan ekonomi, hampir tidak ada kekerasan secara fisik, namun pemberitaan berada dalam cengkeraman kapital. Rutinitas media menurut Shoemaker dan Reese (1996), akan menjelaskan bagaimana ideologi media yang dimiliki.

Penulis kemudian juga melakukan amatan terhadap 14 tayangan berita pagi di masing-masing 14 stasiun televisi bersiaran nasional, pada tanggal 1 November dan 2 November 2022, di mana temuan hasilnya memperlihatkan kesamaan. Dominasi berita kriminal dan bencana sangat kuat, sementara isu-isu nasional yang penting justru sangat sedikit dibahas. Tercatat hanya TVRI yang mengulas soal analog switch off, ketersediaan pangan, desa wisata, atau peternakan. Isu nasional yang diangkat di TV Swasta adalah soal keselamatan publik terkait tragedi sepakbola Kanjuruhan dan pelaksanaan G-20. Lalu di program "Kabar Pagi" TV One, "Liputan 6 Pagi" SCTV terdapat pemberitaan dan survei yang cenderung berpihak pada partai tertentu, misalnya Kabar Pagi memuat berita "Komunitas Warteg: Ganjar terbukti Bawa Kemajuan, Relawan Puan Maharani Bagikan Sembako di Tangerang" dan "PPP Dukung Erick Maju Sebagai Capres 2024". Sementara "Lintas I News Pagi" MNC TV, "Buletin I News Pagi" GTV, dan "Seputar I News Pagi" RCTI memuat berita tentang dukungan partai Perindo terhadap Ganjar Pranowo sebagai Capres. Ini seiring dengan hasil amatan Siregar dkk (2014), yakni bahwa kecenderungan bias media untuk mendukung kepentingan

politik pemiliknya. Dengan demikian hanya kepada lembaga penyiaran publik kita bisa berharap pemberitaan yang informatif pada isu nasional, dan independen dari kepentingan politik.

Fenomena eksistensi TVRI dan RRI menjadi LPP memperlihatkan apa yang dijelaskan Vincent Mosco sebagai terjadinya relasi kuasa, yang secara bersama-sama dan mutualis membentuk sistem produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya, termasuk di dalamnya sumber daya komunikasi (Mosco, 2009). Hal ini menjadi mengkhawatirkan mengingat saat pelaksnaan Pemilu 2024 sudah berbilang bulan, intensitas pemberitaan politik semakin menguat, di tengah upaya TVRI dan RRI menguatkan "DNA" Publiknya dalam pusaran ekonomi dan politik media, menjadi penting menilik kembali netralitas lembaga penyiaran publik dalam pemberitaan pemilu 2024.

## LPP dan Pemberitaan Pemilu 2014 dan 2019: Kajian Pustaka

Lembaga Penyiaran Publik ditinjau dari "core/inti/dna" bisnisnya, merupakan media penyiaran yang dalam penyelenggaraannya harus mendasarkan diri pada prinsip independensi, netralitas, dan tidak komersial, namun dari sejumlah literatur serta catatan penelitian sebelumnya justru memperlihatkan adanya indikasi kerentanan LPP terhadap tekanan rezim yang sedang berkuasa.

Netralitas LPP dapat dilihat salah satu\_ nya pada penelitian Wardaningrum (2017), berjudul "Pemberitaan Kampanye Pemilu Legislatif 2014 Di Lembaga Penyiaran Publik". Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan pedoman siaran pemilu dalam berita kampanye pemilu legislatif di televisi publik melalui unit analisis 165 berita dari program Kanal 22 produksi TVRI Yogyakarta yang ditayangkan rentang waktu 15 Maret-05 April 2014. Berita akan dinilai pada dua elemen yakni, pertama konten informasi dalam berita; kedua cakupan berita dan akses siaran yang adil, seimbang dan tidak memihak.

Hasil analisis menunjukkan bahwa TVRI sebagai LPP belum menerapkan pedoman siaran pemilu. Dari produksi pemberitaan terdapat indikasi keberpihakan terhadap partai tertentu saja yakni Partai Demokrasi Indonesia Pembangunan (PDIP) dan calon anggota DPD RI, GKR Hemas. Indikasi ini dapat ditemukan pada tone positif yang berulang pada berita tentang PDIP dan GKR Hemas. Khusus GKR Hemas, berita dikemas untuk memperlihatkan posisi beliau sebagai calon DPD yang dicintai masyarakat Jogjakarta.

Menarik jika dirunut 10 tahun sebelumnya, Darmanto (2004) dalam penelitian berjudul "Kinerja TV Publik: Analisis Isi Berita TVRI tentang Kampanye Pemilu Legislatif 2004" juga mengemukakan hasil temuan yang sebangun, yakni ketika memproduksi pemberitaan kampanye partai politik di pemilu 2004, TVRI terindikasi melakukan keberpihakan pada partai-partai besar yang sedang berkuasa, khususnya PDIP. Indikasi kedua cakupan pemberitaan lokasi kampanye yang diberitakan pada siaran "Berita Nasional" pukul 19.00 WIB didominasi oleh berita yang berasal dari Jakarta atau kota di Pulau Jawa pada umumnya. Temuan ini

menguatkan bukti bahwa kebijakan pemberitaan TVRI selama masa kampanye 2004 dan 2014 belum memiliki nilai netralitas dan independensi yang secara langsung bertentangan dengan hakikat penyelenggaraan TV publik.

Di spektrum lain, pada pelaksanaan pemilu 2019, merujuk pada penelitian Wibowo (2019), bertajuk "Objektivitas Pemberitaan Pemilu 2019 di Lembaga Penyiaran Publik" TVRI Jawa Timur dinilai cenderung objektif. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif pada "Berita Pemilu 2019" dalam program "Jawa Timur Dalam Berita" TVRI Stasiun Jawa Timur Dalam Berita" TVRI Stasiun Jawa Timur periode 23 September 2018 – 29 Maret 2019. Temuan lain menunjukkan bahwa sebagian besar berita Pemilu 2019 didominasi oleh pemberitaan mengenai Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Sementara itu meski tidak dalam konteks pemilu Sukmawati dan Rianto (2021) dalam penelitian berjudul "Menyoal Keberimbangan dan Akurasi Berita Dalam Segmen Hard News RRI Pro-3 Periode Siar Mei-Juli 2021" memberikan gambaran mengenai netralitas pemberitaan di RRI, khususnya RRI Pro 3. RRI Pro 3 sendiri adalah jaringan RRI yang menyajikan berita nasional dengan slogan "Suara Identitas KeIndonesiaan".

Dari analisis isi kuantitatif pada 16 berita *hardnews*, selama tiga bulan, yakni bulan Mei 2021, Juni 2021 dan Juli 2021 dengan jumlah sampel data hitung yang diuji masing-masing yakni 725 berita. dapat diketahui bahwa akurasi dan objektivitas berita pada segmen *hard news* RRI Pro-3 telah memiliki kualitas baik. Namun masih ada

catatan mengenai alternatif pandangan dan keberadaan narasumber ahli. Unsur alternatif pandangan hendaknya tetap dipenuhi agar informasi yang dibagikan dapat berimbang dan kurangnya narasumber ahli sebagai rujukan berita justru rentan memproduksi misinformasi.

Dari kajian pustaka, kita dapat melihat LPP tampaknya masih harus selalu dikawal dalam proses reposisinya menjadi lembaga penyiaran publik, terutama jika bicara dalam konteks tekanan politik. Netralitas menjadi isu yang penting ketika memberitakan isu yang sarat kepentingan politik.

## **Netralitas LPP dalam** Pemberitaan Pemilu 2024

Merujuk pada penjelasan McQuail (1992), melihat independensi dan netralitas dalam pemberitaan dapat melalui beberapa indikator, di antaranya apakah pada berita yang diproduksi ada unsur opini, personalisasi, sensasi, stereotip, juxtaposition atau linkage, dan akurasi. Netralitas dalam hal ini juga dapat dijelaskan melalui terma imparsialitas atau ketidakberpihakan. Dalam hal ini bicara soal netralitas maka nilai yang diutamakan adalah imparsialitas pemberitaan, atau ketidakberpihakan.

Adapun dimensi dari imparsialitas adalah keberimbangan dan netralitas. Dalam hal ini secara mudah dapat dinilai dari apakah ada kesamaan akses (narasumber), adanya alternatif pandangan (sepihak/ berbagai pihak), narasi yang dibangun non evaluatif (tidak ada opini yang menghakimi) dan non sensasional (dramatik, hiperbolik.

Mengkaji netralitas LPP dalam pemberitaan pemilu 2024 berarti mengamati apakah dalam pemberitaannya, TVRI dan RRI membuka akses kepada setiap narasumber (masyarakat sipil, lembaga negara, bacapres, bacawapres, partai politik, NGO, dll), membuka beragam perspektif, non evaluatif dan non sensasional. Berikut adalah amatan terhadap pemberitaan di siaran TVRI Nasional dan siaran RRI Pusat yang juga dimuat secara online di rri.co.id sebagai implementasi dari konvergensi media.

## **Netralitas dalam** Pemberitaan Pemilu di TVRI

Amatan dilakukan pada pemberitaan mengenai pemilu di siaran TVRI Nasional rentang 31 Juli-3 Agustus 2023, adapun tayangan yang dipilih adalah siaran berita nasional yakni "Klik Indonesia Pagi', "Klik Indonesia Siang" dan "Klik Indonesia Petang", juga program khusus "Pilihan Rakyat Jelang Pemilu 2024" yang tayang Senin-Jumat, berdurasi 30 menit yakni pada pukul 16.00-16.30 dalam format hardnews.

Pada program "Klik Indonesia Pagi" (31 Juli 2023), dalam durasi 60 menit, tayang pada pukul 06.00-07.00 terdapat kurang lebih 20 tema berita nasional dengan beragam isu seperti kasus korupsi di Basarnas, korupsi ekspor minyak sawit mentah, jual beli ginjal, polemik paskibraka, kebakaran hutan, dampak el nino, stunting, festival koplo, seni tradisi, dan cuaca. Di antara pemberitaan tersebut ada tema khusus menuju pemilu 2024 yang ditempatkan di tengah-tengah pemberitaan.

Adapun pemberitaan menuju pemilu 2024, meliputi Deklarasi Partai Bulan Bintang (PBB) mendukung Prabowo Subianto sebagai calon presiden, Prabowo-Ganjar bertemu di Belajar Raya, Relawan Ganjar Gelar pesta Rakyat dan 17 TPS di perbatasan minim pemilih. Keempat berita tersebut jika dinilai dari keberadaan narasumber, datang dari perspektif partai politik, dan pemerintah. Narasumber yang diwawancarai hanya satu dan berposisi sebagai petinggi partai, atau ketua lembaga, dalam hal ini adalah Ketua Umum PBB, Mantan Ketua Umum Taruna Merah Putih PDIP, dan Ketua KPU Nunukan. Berita pemilu didominasi berita tentang bakal calon presiden Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo.

Hal menarik adalah pernyataan bahwa kedua bacapres ini diyakini akan meneruskan program presiden Jokowi, dengan ketiadaan bacapres Anies Baswedan dengan pernyataan serupa, maka memberikan penggiringan opini, bahwa hanya kedua bacapres ini yang sejalan dengan pemerintahan Jokowi. Pada pemberitaan tentang Ganjar Pranowo (GP), penilaian kredibilitas Ganjar dinyatakan berulang baik dari narasi berita maupun pernyataan yang di-insert ke dalam pemberitaan. GP dinyatakan orang baik, benar, cerdas, tegas, berani juga santun. Selain itu dalam narasi juga disertakan nama-nama dan afiliasi pendukung GP, misalnya ketua alumni ITB, Itenas dan Universitas Parahyangan juga Ketua Laskar Juang. Sebagai tambahan pada pemberitaan Prabowo - Ganjar bertemu di Belajar Raya, secara visual diperlihatkan bagaimana wartawan setelah mengambil gambar lebih mengikuti GP untuk wawancara lanjutan, meninggalkan Prabowo Subianto.

Data tersebut mengindikasikan bahwa TVRI kurang memberi ruang pada partai lain selain partai besar (Gerindra, PDIP, PBB), narasumber cenderung sepihak, tidak ada pemberitaan atau perspektif dari masyarakat sipil, ada sedikit memasukkan narasi evaluatif dan sensasional yang memberikan efek halo pada bacapres tertentu, yakni GP. Maka, netralitas TVRI masih belum penuh dalam amatan program "Klik Indonesia Pagi" edisi 30 Juli 2023.

Pada program "Klik Indonesia Siang" (3 Agustus 2023), berdurasi 60 menit, tayang jam 12.30-13.30 setiap hari terdapat 24 tema berita dengan cakupan wilayah berita nasional dengan isu beragam meliputi LRT Jabodebek, korupsi, dampak elnino, kelaparan di Papua, kekeringan, penyelundupan benih lobster, TPPO, illegal logging, kegiatan persiapan HUT RI, konservasi penyu, dan budidaya jamur serta berita menuju pemilu 2024. Dalam edisi 3 Agustus 2023 hanya ada 2 pemberitaan bertema pemilu, yakni "KPU pastikan pemilu 2024 tetap gunakan metode coblos", dan "Peserta pemilu cegah politik uang". Yang menjadi menarik adalah meskipun judulnya peserta pemilu cegah politik uang, berita tersebut adalah reportase kegiatan konsolidasi partai Gerindra. Hal ini bisa menjelaskan bahwa dalam pemilihan narasumber berita TVRI masih terbatas yakni partai besar (Gerindra) dan pemerintah (KPU). Dengan pengemasan berita, TVRI membangun citra positif terhadap partai politik tertentu yakni Gerindra, ketiadaan berita dari partai lainnya menunjukkan adanya indikasi keberpihakan.

Pada program "Klik Indonesia Petang" (1 Agustus 2023), berdurasi 60 menit, tayang jam 18.00-19.00 setiap hari, cakupan berita bersifat nasional dengan beragam isu. Dari 22 tema berita meliputi kasus Panji Gumilang, suap RAPBD Jambi, korupsi Basarnas, kebakaran, BBM ilegal, kekeringan, Piala Dunia U-17, Golden Visa, produksi baterai listrik, IKN dan rangkaian kegiatan HUT RI, tidak ada pemberitaan mengenai pemilu.

Pada program Pilihan Rakyat (2 Agustus 2023), berdurasi 30 menit, ditayangkan Senin-Jumat, pukul 16.00- 16.30 khusus berisi berita seputar pemilu. Di edisi ini, terdapat 13 tema berita, yakni 1. Presiden Jokowi Tidak Bahas Politik Dengan Prabowo dan Sandiaga di Istana; 2. Kesiapan Partai Golkar dalam Menghadapi Pemilu; 3. PKB Optimis dengan Gerindra, Waketum PKB Mendukung Cak Imin dengan Prabowo; 4. Sandi: Presiden Pesan PPP Jaga Narasi Politik; 5. Ketum Partai Gerindra Kunjungi DPP PSI; 6. Sandi: Soal Kandidat Cawapres Ganjar Tunggu Keputusan PDIP; 7. Anies Baswedan: Penetapan Bacawapres Hanya Soal Waktu; 8. DPT Kalteng 1,9 Juta; 9. Kapolda Tegaskan Netralitas Anggota Polri pada Pemilu 2024; 10. Kirab Sosialisasikan Parpol Peserta Pemilu; 11. KPU Riau Verifikasi Administrasi Perbaikan Dokumen Bacaleg; 12. Maluku Temukan Bacaleg Ganda; 13. 124 Bacaleg Kota Serang Tidak Memenuhi Syarat.

Berdasarkan amatan, meskipun nama programnya adalah Pilihan Rakyat, namun pola pemberitaan di TVRI dalam pemilu adalah pemilihan narasumber dari bacapres, partai politik besar dan lembaga negara, dalam hal ini Presiden, Polda, KPU, Partai Gerindra, Partai Golkar, PKB, PPP, PSI. Hampir tidak ada suara dari masyarakat sipil.

Pada edisi ini juga terlihat narasumber Sandi diberitakan dalam tiga tema berbeda, artinya terpaan mengenai Sandiaga Uno (SU) lebih besar dari porsi yang diberikan pada berita lainnya. Tema-tema yang dipilih juga bukan tema informasi yang edukatif, hanya seputar koalisi juga administrasi pemilu. Tidak ada bahasan tentang program, kinerja, kritik penyelenggaraan atau perspektif masyarakat tentang calon presiden dan wakil presiden atau calon legislatif. Tidak ada pemuatan berita tentang diskusi masyarakat sipil terkait pemilu 2024. Namun ada hal menarik ketika menampilkan berita mengenai bantahan Presiden Jokowi membahas isu politik dengan SU di awal pemberitaan, karena dua berita tentang SU yang muncul setelahnya menegasikan hal tersebut dengan mengatakan ada pesan politik, juga laporan aspirasi daerah dan pernyataan bahwa Sandiaga Uno masuk bursa cawapres mendampingi GP. Pemuatan berita secara bersama-sama ini menggiring opini bahwa sebenarnya Presiden Jokowi berada di balik percaturan bursa capres dan cawapres.

## Pemberitaan Pemilu di rri. co.id

Amatan dilakukan pada pemberitaan mengenai pemilu di rri.co.id selama rentang 26 Juli - 1 Agustus 2023 pada kanal "Pemilu 2024" dan pemberitaan dengan kata kunci judul bacapres yakni Anies Baswedan, Ganjar Pranowo dan Prabowo, sementara dengan kata kunci penyebutan partai politik tertentu di dalam judul tidak ada. Dari hasil amatan secara keseluruhan

terdapat 25 berita tentang pemilu, 13 berita di kanal Pemilu 2024, 1 berita tentang Anies Baswedan, 2 berita tentang Prabowo, dan 9 berita mengenai Ganjar Pranowo.

Pada kanal "Pemilu 2024", dari porsi narasumber dalam pemberitaan, 6 berita memuat penjelasan narasumber dari Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), 3 berita dari Komisi Pemilihan Umum (KPU), 2 dari kepolisian RI, 1 dari Wakil Presiden. Sementara itu dalam pemberitaan angel pemberitaan di kanal "Pemilu 2024" cenderung satu sisi (sepihak), hal ini terlihat dari pemuatan narasumber yang hanya dari 1 sisi narasumber saja. Dalam hal ini terlihat, RRI hanya memberi ruang pada lembaga negara, dari pemilihan angel pemberitaan dan narasumber, hampir tidak melibatkan masyarakat sipil, atau NGO atau bahkan partai politik dan lembaga yang menjadi objek permasalahan. Selanjutnya untuk amatan terhadap ketiadaan opini yang evaluatif dan dramatisasi konten, RRI dalam kanal "Pemilu 2024" pemberitaannya cenderung berjarak, tidak terlibat dan lebih mengeksplorasi pada pernyataan-pernyataan narasumber dalam format hardnews. Namun demikian memang terasa pemberitaannya hanya normatif dengan tone positif di tiap pemberitaan. Tidak ada kritisi terhadap sikap pemerintah yang direpresentasikan melalui pemberitaan lembaga negara terkait pemilu.

Menarik kemudian jika mengkaji pemberitaan tentang bacapres, yakni Anies Baswedan, Prabowo dan Ganjar Pranowo. Berita tentang bacapres tidak ada di kanal Pemilu 2024, melainkan ada di kanal Daerah, atau berita nasional dan internasional. Dari amatan tentang kesamaan akses berita, dari sisi jumlah saja sudah terlihat bahwa

berita tentang Ganjar Pranowo mendominasi. Ganjar tidak hanya diberitakan dengan posisi sebagai Gubernur Jawa Tengah, namun juga sebagai bacapres. Sementara pemberitaan tentang Prabowo selalu dalam posisi Menteri Pertahanan. Pemberitaan tentang Anies Baswedan bahkan dilekatkan dengan Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) dan jelas dalam posisi sosialisasi bacapres.

Ganjar muncul di pemberitaan lebih banyak pada gerakan mengatasnamakan pendukung Ganjar seperti Orang Muda Ganjar (OMG), Kowarteg Ganjar, Kiai Muda Ganjar, Srikandi Ganjar, dan Ganjar Creasi selain juga diberitakan karena kegiatannya sebagai Gubernur Jawa Tengah. Meskipun tone pemberitaan positif, tidak ada konten evaluatif dan sensasional yang mendiskriminasi salah satu pasangan calon. RRI jelas memberi ruang lebih banyak terhadap Ganjar Pranowo untuk masuk dalam proses gatekeeping kantor berita radio nasional (KBRN) RRI. Lebih lanjut dengan menampilkan berita dari pendukung Ganjar menggiring citra bahwa Ganjar lebih banyak didukung masvarakat.

Berdasarkan amatan di atas, meski tidak secara konfrontatif, provokatif dan negatif menyajikan berita politik, peniadaan perspektif alternatif dengan menghadirkan narasumber maupun angel berita yang beragam, mengindikasikan posisi RRI yang kurang netral. Hal ini dikuatkan dengan hampir semua narasumber datang dari lembaga negara (pemerintah) dan tidak ada satupun kritisi atas kebijakan yang diambil tentang pemilu. Selain itu juga ada indikasi pemberian porsi berita lebih banyak pada salah satu bacapres dengan tone lebih positif ke arah penciptaan media darling.

## Mengembalikan DNA LPP: Berpihak Pada Publik

TVRI dan RRI adalah lembaga penyiaran publik dengan segala konsekuensinya. Mengamati pola pemberitaan pemilu pada TVRI dan RRI rentang 26 Juli-3 Agustus 2023, memang masih menemukan indikasi keberpihakan pada kelompok tertentu, pemberian ruang lebih pada kelompok tertentu dan pengabaian pada kelompok lain sehingga tidak muncul keragaman perspektif dan suara adalah contohnya.

TVRI dan RRI cenderung mengambil posisi di jalur zona aman, cenderung pro pemerintah, dengan berita-berita normatif dari penyelenggaraan event politik. Pada konteks pemilihan umum (pemilu) 2024, sudah semestinya TVRI dan RRI menjadi sumber informasi utama bagi publik, karena tidak seperti lembaga penyiaran swasta yang fitrahnya berorientasi dan tunduk pada kepentingan ekonomi politik, LPP justru harus berkomitmen mengutamakan kepentingan publik yang tercermin dalam rutinitas medianya. Pemberitaan yang netral, berimbang dan memberikan ruang pada beragam suara merupakan tanggung jawab LPP. Masih ada waktu untuk berbenah, kembali pada "dna", berpihak pada publik.

#### **Daftar Pustaka**

Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media televisi di era internet. ProTVF: Jurnal Kajian Televisi dan Film, 2(1), 101-110.

Rahmiaji, L.R., (2019). Media Habit dan Media Mapping 5 Provinsi Rentan Kusta. Asia View, Unpublished document.

Amalia, N., Hendra, T., Khairuddin, K., & Afandi, Y. (2023). Strategi Komunikasi Penyiar Program Sharing Time Pro 2 RRI Bukittinggi Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar. Innovative: Journal Of Social Science Research, 3(2), 3148-3160.

Alfajar, G. (2022). Strategi Komunikasi Penyiar RRI Pro 2 Medan dalam Menarik Minat Pendengar Kaum Muda di Kota Medan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

Creswell, J. W. (2014). Research Design 4th Edition/: Qualitative, Quantitative and Mix Methods Approaches (4th ed.). SAGE Publications Inc.

Darmanto, A. (2004). Kinerja TV Publik: Analisis Isi Berita TVRI tentang Kampanye Pemilu Legislatif 2004. Jurnal Ilmu Sosial dan *Ilmu Politik*, 8(1), 91-108.

Masduki dan Darmanto, (2016). Penyiaran Publik Regulasi dan Implementasi. Jakarta: Rumah Perubahan lembaga Penyiaran Publik -Yayasan Tifa.

McQuail, Denis. (1992). Media Performance: Mass Communication and The Public Interest. New Delhi: Sage Publications.

Mosco, Vincent. 2009, The Political Economy of Communication (Second Edition). London: Sage Publictaions.

Palit, J. B. P., Mingkid, E., & Onsu, R. R. (2019). Strategi RRI Manado dalam Meningkatkan Minat Pendengar Programa 2 (Pro 2) di Kota Manado. Acta Diurna Komunikasi, 8(2).

Rastuti, H. (2012). Minat Remaja Dalam Mendengarkan Program Siaran Pro 1 Rri Pekanbaru Di Desa Hangtuah Kec. Perhentian Raja Kabupaten Kampar. (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Romadhoni, B. A. (2018). Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi. An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam, 10(1).

Shoemaker, Pamela J. & Reese, Stephen D. (1996). Mediating The Message: Theories of Influences on Media Content, second edition. USA: Longman

Siregar, A. E. (2014). Menakar Independensi dan Netralitas Jurnalisme dan Media di Indonesia. Jurnal Dewan Pers, Edisi, 9.

Soekowati, W. A. S., Kartinawati, E., & Wiryawan, H. (2021). Strategi RRI Pro 2 Surakarta dalam Menarik Minat Pendengar Muda (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta).

Sukmawati, A. I., & Rianto, P. (2022). Menyoal Keberimbangan dan Akurasi Berita Dalam Segmen Hard News RRI Pro-3 Periode Siar Mei-Juli 2021. Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi, 6(2), 71-90.

Wardaningrum, Ammyta Pradita (2017) Pemberitaan Kampanye Pemilu Legislatif 2014 Di Lembaga Penyiaran Publik Analisis Isi Kuantitatif Penerapan Pedoman Siaran Pemilu Article XIX pada Pemberitaan Kampanye Pemilu Legislatif 2014 Daerah Pemilihan D.I Yogyakarta dalam Buletin Berita Kanal 22 TVRI Yogyakarta Periode 15 Maret 2014 - 05 April 2014. S1 thesis, UAJY.

Wibowo, Selamet Ari (2019) Objektivitas Pemberitaan Pemilu 2019 Di Lembaga Penyiaran Publik (Analisis Isi Berita Pemilu 2019 Dalam Program "Jawa Timur Dalam Berita" Tvri Stasiun Jawa Timur Periode 23 September 2018 - 29 Maret 2019). Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.

Zahra, D. P. (2020). Strategi Penyiaran Radio Republik Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Pendengar (Studi pada Manajemen Siaran Pro 2 FM Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

https://databoks.katadata.co.id/ datapublish/2022/12/09/survei-nielsenindonesia-mayoritas-pengguna-televisi-di-riberusia-50-tahun-ke-atas. Diakses 1 Agustus 2023.

https://dataindonesia.id/ragam/detail/ makin-sedikit-orang-indonesia-nikmati-tvdan-radio-pada-2021. Diakses 1 Agustus 2023.

https://databoks.katadata.co.id/ datapublish/2019/10/23/hanya-13-persenmasyarakat-yang-masih-mendengarkan-radio

https://databoks.katadata.co.id/ datapublish/2022/09/14/ini-radio-yang-palingbanyak-didengar-di-indonesia

https://databoks.katadata.co.id/ datapublish/2023/06/15/inilah-media-yangpaling-dipercaya-warga-indonesia-pada-2023ada-favoritmu

\*) Dr. Lintang Ratri Rahmiaji, MSi

Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro. Ketua Ikatan Sarjana Komunikasi (ISKI) Jawa Tengah dan Ketua Bidang Kerjasama Asosiasi Pengelola Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia (APJIKI). Kepakaran utamanya adalah Kajian Media Penyiaran dan Literasi Digital. Selain itu, ia juga aktif di Koalisi Nasional Reformasi Penyiaran (KNRP), Fasilitator Tular Nalar dan Komite Litbang Mafindo, Anggota Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi). Sejumlah karyanya ada di Buku Demokrasi Damai Era Digital (2019), Demokrasi Tanpa Demos (2020), Merangkai Asa Untuk Media Massa (2021), Modul Budaya Bermedia Digital (2021), Lentera Literasi Digital Indonesia (2022), dan Potret Sinetron di Media Televisi Indonesia (2023).

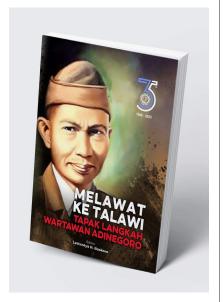
## Metamorfosis Putera Talawi, Calon Dokter, Menjadi Tokoh Pers Nasonal

Oleh: WINARTO \*)

ADINEGORO, sebuah nama yang bagi kebanyakan anak muda saat ini, generasi milenial, barangkali terdengar asing. Tidak seperti kakak tirinya yaitu Muhammad Yamin, yang relatif lebih dikenal karena disebut-sebut dalam banyak buku sejarah, terutama berkat kiprahnya dalam pergerakan kemerdekaan Indonesia; sebagai anggota BPUPKI (Badan Penyelidik Usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia), penyusun naskah Sumpah Pemuda tahun 1928 dan salah satu pengusul rumusan dasar negara Pancasila. Adinegoro yang memilih mengabdikan diri di dunia kewartawanan, tidak cukup dikenalkan dalam pelajaran sejarah di sekolah, meskipun jasanya bagi bangsa dan negaranya juga tidak kecil.

Jangankan masyarakat awam, bahkan kalangan wartawan terutama wartawan generasi laptop dan gadget, pun belum tentu cukup mengetahui sosok Adinegoro. Sejak 1974, oleh Persatuan Wartawan Indonesia

(PWI) Jakarta, nama Adinegoro dipakai sebagai nama penghargaan untuk karya jurnalistik yaitu Anugerah Jurnalistik Adinegoro. Kemudian mulai 1994 pemberian Anugerah Jurnalistik Adinegro diselenggarakan oleh PWI Pusat, bersamaan dengan pelaksanaan peringatan Hari Pers Nasional



Judul buku: Melawat Ke Talawi, Tapak Langkah Wartawan Adinegoro

**Lestyanto R Baskoro** 

Penerbit: LPDS, 2023 Tebal: xiii+150 halaman setiap tahun. Sebagian wartawan muda saat ini mungkin mengenal Adinegoro hanya sebatas namanya, tetapi belum tentu mengetahui bagaimana jejak langkah ketokohannya.

Agaknya hal demikian pula yang melatarbelakangi penerbitan buku Melawat ke Talawi, Tapak Langkah Wartawan Adinegoro ini. Seperti diungkapkan editor buku ini, Lestyanta L.Baskoro, bahwa sejauh ini tidak banyak buku yang menulis sepak terjang Adinegoro di dunia pers. Satu-satunya buku yang relatif lengkap mengenai tokoh yang bernama asli Djamaludin itu adalah buku yang ditulis Subagijo Ilham Notodidjojo, Adinegoro: Pelopor Jurnalistik Indonesia, terbit tahun 1987. Subagijo adalah wartawan *Antara* yang cukup akrab dengan Adinegoro. Diakui L Baskoro, sebagian sumber penting dalam penulisan buku Melawat ke Talawi didasarkan pada buku karya Subagijo tersebut. Buku Melawat ke Talawi dimaksudkan untuk menambah perbendaharaan pengetahuan tentang gerak langkah Adinegoro sebagai salah satu perintis pengembangan pers di Indonesia.

#### **Putera Talawi**

Adinegoro lahir di Talawi, Sawahlunto, Sumatera Barat, pada 14 Agustus 1904. Dia memiliki hubungan keluarga dengan tokoh pergerakan kemerdekaan Indonesia, Muhammad Yamin, yaitu sebagai adik tiri, satu ayah beda

Sebagai buah perkawinan Usman Bagindo Chatib dengan Sadariah, Adinegoro diahirkan dengan nama Djamaludin. Dia memakai nama Adinegoro ketika mulai aktif menulis di media dwi mingguan *Tjaja Hindia* yang cukup eksis pada masa itu. Media itu dikenalnya saat ia belajar di sekolah kedokteran STOVIA (School tot Opleiding van Indische Artsen).

STOVIA yang dikenal sebagai "Sekolah Dokter Jawa" ketika itu menjadi pusat intelektual kaum muda Indonesia. Banyak tokoh pers dan politik lahir dan pernah mengenyam pendidikan di sekolah ini; mereka antara lain Wahidin Soedirohoesodo, Tjipto Mangoenkoesoemo, Soetomo, dan Tirto Adhi Soerjo. Di kampus ini tersedia banyak bahan bacaan, selain buku juga surat kabar dan majalah termasuk *Tjaja Hindia*. Dari ketertarikan membaca, Adinegoro kemudian tergoda untuk menulis di Tiaja Hindia. Pada awal awal sebagai penulis ia memakai nama asli yang diberikan orang tuanya yaitu Djamaludin. Sampai suatu ketika ia bertemu pemilik *Tjaja Hindia*, Landjumin Datuk Tumenggung, yang menyarankan Djamaludin memakai nama Jawa sebagai penulis agar tulisannya dibaca lebih banyak orang karena pembaca mengira penulisnya orang Jawa.

Datuk Tumenggung sendiri sudah menggunakan nama Jawa yaitu Notonegoro. Kepada Djamaludin ia mengusulkan nama Adi Negoro. Sejak itulah Djamaludin selalu menuliskan namanya: Adi Negoro, yang belakangan ditulisnya dalam satu kata Adinegoro.

Seiring dengan meningkatnya keterampilannya dalam menulis, tumbuhlah hasrat Adinegoro untuk mendalami dunia tulis menulis dan jurnalistik. Hal itu tidak terlepas dari pengaruh para tokoh pers dan politik, penulis dan pemikir kebangsaan yang ditemui Adinegoro dalam berbagai kesempatan. Keinginannya menjadi penulis dan jurnalis memuncak sekembali Adinegoro dari tanah kelahirannya, Talawi. Pada saat itu, awal Januari 1926, usianya menginjak 22 tahun, bertempat di rumah gadang milik keluarganya di Talawi, Djamaludin mendapat gelar adat "Datuk Maharajo Sutan". Pemberian gelar adat itu bermakna bahwa Djamaludin sudah memasuki usia dewasa.

Menjadi dewasa bagi Djamaludin agaknya merupakan saat untuk menentukan jalan hidupnya. Beberapa waktu setelah kembali dari tanah kelahirannya Djamaludin memutuskan keluar dari STOVIA, kemudian pergi ke Jerman untuk belajar jurnalistik dan mengembangkan karir sebagai wartawan. Djamaludin, putera Talawi, calon dokter, bersiap bermetamorfosis menjadi Adinegoro, sang jurnalis.

#### **Melawat ke Barat**

Pada pertengahan 1926 Adinegoro memantapkan langkah menuju daratan Eropa, benua

yang disebutnya "Tanah Dingin", untuk belajar jurnalistik. Berbekal uang tabungan dan honor tulisan, Adinegoro menumpang kapal Tambora milik maskapai pelayaran Belanda, Koninklijke Rotterdamsche Lloyd, dari Pelabuhan Tanjung Priok Batavia (kini Jakarta) menuju Belanda. Selama dalam perjalanan sekitar tiga pekan, Adinegoro membuat tulisan mengenai hal-hal yang dianggapnya menarik yang ia jumpai dan saksikan.

Dalam perjalanannya kapal Tambora melewati dan berlabuh di berbagai kota di sejumlah negara. Kesempatan itu dimanfaatkan untuk berjalan-jalan di kota-kota tersebut, menuliskan kesan dan pandangannya tentang tempattempat yang disinggahinya. Di Singapura misalnya, ia melukiskan keramaian kota pelabuhan itu, berjalan-jalan di taman bunga dan mampir di toko buku. Ia membeli beberapa buku di toko Metodhist Publishing House yang menjual buku-buku berbahasa Melayu. Dia menilai bahwa bahasa Melayu yang digunakan dalam buku-buku itu masih bagus, belum bercampurcampur seperti bahasa Indonesia. Ketika kapal berlabuh di Medan dan Sabang, Adinegoro pun menyempatkan keluar, bertemu teman-teman wartawan, menonton pertunjukan tonil.

Semula Adinegoro berniat mengakhiri perjalanan laut di Belanda. Namun saat kapal merapat di Marseille, Perancis, ia memutuskan turun untuk melihat suasana kota-kota di Perancis. Di Marseille ia menyambangi beberapa tempat, seperti Cours Saint-Louis kawasan tempat banyak gadis menjajakan bunga,

menyusuri beberapa jalan raya dengan pohon-pohon rindang di kanan kiri. Di kota ini ia mulai menyadari keberagaman bangsa Eropa, setelah ia bertemu banyak orang Eropa dari berbagai negara. Dalam tulisannya ia menyatakan, "Selagi saya di Hindia, sebagaimana kebanyakan orang kita, saya bersangka bahwa orang yang berkulit putih itu semua satu cap, satu tabiat, tiada ada berlainan."

Selanjutnya, Adinegoro menjelaskan bahwa Eropa itu terdiri dari berbagai bangsa. Bangsa Belanda berbeda dari bangsa Jerman atau Perancis, dan orang Inggris lebih dekat dengan bangsa Fries (sekarang bagian dari Belanda). "Orang Rus, nenek moyang bangsa Rusia, berlainan sekali tabiatnya dari orang Spanyol, dan kita tahu bahwa orang Jerman dan Perancis negerinya berdekatan, tetapi hidupnya seperti anjing dan kucing".

Dari Marseille Adinegoro meneruskan perjalanan ke Paris menggunakan jalan darat. Selama beberapa hari di Paris, Adinegoro sempat mengamati kehidupan pers. la terkesan dengan penerbitan pers di sana yang ia katakan jumlahnya berkali lipat dibanding di Batavia. Adinegoro juga sempat mengunjungi Brussel, Belgia, baru kemudian menuju Belanda.

Catatan perjalanan Adinegoro dari Batavia menuju Eropa saat itu diterbitkan sebagai tulisan serial di majalah *Pandji Poestaka* di Batavia. Majalah terbitan Balai Poestaka itu terbit dua kali seminggu. Tulisan serial itu di kemudian hari disatukan dan diterbitkan Balai Poestaka sebagai buku dengan judul Melawat ke Barat. Judul buku

Adinegoro tergolong sukses menahkodai Pewarta Deli sehingga menjadi media terkemuka di Medan. Adinegoro sendiri sebagai pemimpin redaksi Pewarta Deli cukup disegani oleh banyak kalangan, termasuk pemerintah Belanda. Dia pernah mengkritik keras kebijakan pemerintah kolonial Belanda mengeluarkan peraturan **Ordonansi** Sekolah Liar yang membatasi ruang gerak para pendidik Indonesia. dan menulis buku Sejarah Wilde Scholen Ordonantie. Namun, belum sempat diterbitkan, polisi Belanda menyitanya.

catatan perjalanan Adinegoro itu agaknya mengilhami penentuan judul buku yang sedang kita bahas kali ini: Melawat ke Talawi, Tapak Langkah Wartawan Adinegoro.

#### Jejak Langkah

Adinegoro sempat tinggal di Belanda selama enam bulan sebelum bertandang ke Jerman. Dikutip dari sebuah sumber, selama di Belanda ia bekerja sebagai pegawai magang di sebuah surat kabar. Namun, sumber yang berbeda mengungkapkan Adinegoro "bekerja sukarela" di beberapa media.

Sedangkan di Jerman Adinegoro belajar jurnalistik di Julius-Maximillian- Universität Würzburg di Würzburg selama 1926-1930. Selain jurnalistik, ia juga belajar filsafat, geografi, dan kartografi. Berkat pengetahuannya mengenai kartografi, Adinegoro menjadi ahli pembuat peta yang di kemudian hari mendukung kegiatan jurnalistiknya. Kelak ketika memimpin media Pewarta Deli, saat pecah Perang Dunia I, Adinegoro menyertakan gambar peta lokasi perang di setiap laporan mengenai peperangan tersebut. Di masa itu menampilkan gambar peta untuk artikel tentang suatu peristiwa seperti peperangan belum lazim dilakukan media surat kabar. Hal itu membuat koran yang dipimpinnya sangat laris, karena tampaknya orang ingin mengetahui berita peperangan dan mengikuti jalannya peperangan berdasar peta.

Selepas belajar di Jerman, pada awal 1931, Adinegoro mengunjungi beberapa negara sebelum kembali ke Batavia. Diantaranya ia pergi



Adinegoro (duduk di bangku nomor 3 dari kiri) dan para wartawan Indonesia lain, bersama Dubes RI di Swiss Imron Rosjadi (duduk di bangku nomor 4 dari kiri). (Sumber Foto: Repro "Melawat ke Talawi.")

ke Turki, Yunani, Italia, Mesir, Abissinia (sekarang Etiopia dan Eritrea), dan India. Seperti saat keberangkatannya ke Eropa, ketika kembali dari Eropa Adinegoro juga membuat catatan perjalan. Tulisantulisannya mengenai perjalanannya kembali ke Tanah Air itu juga dibukukan, diterbitkan oleh Sjarikat Tapanoeli, Medan, dengan judul Kembali dari Perlawatan ke Eropa.

Kepulangan Adinegoro dari Eropa disambut sejumlah pihakdi Tanah Air yang memintanya memimpin perusahaan media. Ini dikarenakan nama Adinegoro cukup dikenal oleh komunitas pers di Tanah Air melalui tulisantulisannya dengan analisis yang tajam. Selama di Eropa Adinegoro rajin mengirim tulisan ke beberapa media di Indonesia seperti Pandji Poestaka, Pewarta Deli, Bintang Timoer.

Sesampai di Tanah Air, Adinegoro diminta memimpin media Pandji Poestaka di Batavia. Pandji Poestaka adalah majalah mingguan yang diterbitkan Balai Poestaka. Setelah selama enam bulan menangani Pandji Poestaka, Adinegoro menerima tawaran untuk menjadi Pemimpin Redaksi Pewarta Deli di Medan, Sumatera Utara. Adinegoro tergolong sukses menahkodai Pewarta Deli sehingga menjadi media terkemuka di Medan. Adinegoro sendiri sebagai pemimpin redaksi *Pewarta Deli* cukup disegani oleh banyak kalangan, termasuk pemerintah Belanda. Dia pernah mengkritik keras kebijakan pemerintah kolonial Belanda mengeluarkan peraturan Ordonansi Sekolah Liar yang membatasi ruang gerak para pendidik Indonesia, dan menulis buku Sejarah Wilde Scholen Ordonantie. Namun, belum

sempat diterbitkan, polisi Belanda menyitanya.

Adinegoro memimpin Pewarta Deli sekitar 10 tahun sampai Jepang masuk dan menguasai Medan pada 1942. Pemerintah Jepang saat itu melarang semua penrbitan dan sebagai gantinya menerbitkan koran di bawah kontrol mereka. Di Medan didirikan Sumatera Shimbun, Adinegoro ditunjuk menjadi pemimpin redaksinya. Pada 1943 Pemerintah Jepang membentuk Badan Pertimbangan Pusat (Chun Sanngi-In), yang berfungsi semacam parlemen, Adinegoro diminta menjadi salah satu anggota untuk wilayah Sumatera. Untuk itu ia harus pindah ke Bukittinggi, Sumatera Barat. Ketika Jepang kalah perang dan Indonesia menyatakan kemerdekaannya pada 17 Agustus 1945, Presiden Soekarno mengangkat Teuku

Hasan menjadi Gubernur Sumatera. Adinegoro ditunjuk menjadi wakil pemerintah urusan umum dan penerangan. Berkaitan dengan jabatannya itu dia mendapat pangkat Letnan Kolonel tituler. Pada 1946 Adinegoro memipin pengambilalihan pemencar radio yang sebelumnya dikuasai Jepang, dan menjadikannya stasiun Radio Republik Indonesia (RRI) di Bukittinggi.

Pada masa-masa awal kemerdekaan RI, Adinegoro tetap aktif menjalankan kegiatan di dunia kewartawanan. Pada 1946 bersama sejumlah tokoh pers Adinegoro mendirikan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI). Dia memimpin majalah Mimbar Indonesia di Jakarta, majalah yang didirikan oleh pakar hukum Soepomo, dan tokoh politik Soekardjo Wirjopranoto, dan Pangeran Muhammad Noor. Adinegoro juga pernah menahkodai Kantor Berita Persbiro Indonesia-Aneta (PIA) yang beranggota sejumlah surat kabar di Indonesia. Yayasan Persbiro *Indonesia-Aneta* didirikan pada 1 Apri 1951 oleh Dominique Willlem Barretty, seorang warga keturunan Jawa-Italia.

Di bawah komando Adinegoro, dalam beberapa tahun PIA berkembang pesat hingga memiliki sekitar 200 karyawan dan 60 surat kabar sebagai pelanggan. Saat itu, selain *PIA* juga ada kantor berita Antara yang cukup eksis, sehingga sempat terjadi kompetisi sengit antara keduanya. Seiring dengan perkembangan situasi politik saat itu, Presiden Soekarno memerintahkan penggabungan PIA ke Antara pada 14 Oktober 1962. Di kantor berita Antara hasil penggabungan, Adinegoro terkucilkan karena situasi politik saat itu. Adinegoro diposisikan di bagian riset, dokumentasi, dan pendidikan.

Adinegoro meninggal pada usia 63 tahun, pada 8 Januari 1967, karena sakit jantung. Selama berkarirnya sebagai wartawan Adinegoro menulis 24 buku tentang pers dan masalah-masalah sosial-politik, termasuk dua buah novel.

Buku *Melawat ke Talawi, Tapak* Langkah Wartawan Adinegoro dengan ukuran cukup mungil, 14,8 cm x 21 cm, ketebalan sekitar 150 halaman, relatif lengkap menghadirkan informasi tentang jejak langkah Adinegoro. Buku ini ditulis berdasar sumber yang didapat di dalam literatur, bukubuku baik hasil karya Adinegoro sendiri maupun buku karya penulis lain mengenai Adinegoro. Tim penulis tampak cukup ketat memeriksa data dengan melakukan verifikasi pada beberapa sumber terkait, termasuk dengan mengunjungi lokasi-lokasi yang menyisakan jejak perjalanan hidup Adinegoro, seperti lokasi bekas kantor Pewarta Deli,

dan mewawancarai beberapa orang yang pernah mengenal dan berhubungan dengan Adinegoro. Dari pihak keluarga Adinegoro, tim penulis mewawancarai dua anak dan seorang keponakan Adinegoro yang masih hidup.

Membaca buku Melawat ke Talawi, kita tidak hanya memperoleh informasi mengenai kiprah Adinegoro di dunia kewartawanan, namun juga dapat mengetahui pertumbuhan dan perkembangan pers sejak masa pra kemerdekaan Indonesia, peran mereka dalam kancah politik, juga persaingan bisnis antarmereka. Pun, sedikit banyak kita juga mendapat gambaran tentang situasi sosial politik pada waktu itu, mengingat keterlibatan Adinegoro dalam banyak organisasi dan pergaulan dengan tokoh-tokoh politik.

Satu catatan kecil sebagai masukan, sejumlah foto yang dihadirkan tidak dilengkapi keterangan yang memadai menyangkut lokasi, waktu, dan sumber foto. Informasi seperti itu penting sebagai referensi sejarah bagi para pembaca. Juga tidak ada daftar pustaka sebagai sumber rujukan.

Lepas dari kekurangan kecil itu, buku yang disunting oleh mantan wartawan *Tempo* ini secara keseluruhan enak dibaca dan perlu.

\*) Winarto, bekerja sebagai wartawan di media cetak dan televisi selama lebih dari 20 tahun; menjadi pengajar jurnalistik di beberapa kampus, kini sebagai Tenaga Ahli Dewan Pers.

|  |  |  | _ |
|--|--|--|---|
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  |   |
|  |  |  | _ |

